

МІЖНАРОДНИЙ ГУМАНІТАРНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

НАУКОВИЙ ВІСНИК
МІЖНАРОДНОГО
ГУМАНІТАРНОГО УНІВЕРСИТЕТУ

Серія:

Економіка і менеджмент

ЗБІРНИК НАУКОВИХ ПРАЦЬ

Випуск 18

Одеса
2016

Серію засновано у 2010 р.

Засновник – Міжнародний гуманітарний університет
Інститут проблем ринку та економіко-екологічних досліджень НАН України

Включено до списку друкованих періодичних видань,
що входять до переліку наукових фахових видань України
Наказ Міністерства освіти і науки України № 455 від 15.04.2014 р.
Додаток № 5.

Рекомендовано до друку та поширення через мережу Internet
Вченою радою Міжнародного гуманітарного університету
протокол № 7 від 24.05.2016 р.

Видавнича рада:

С. В. Ківалов, акад. АПН і НАПрН України, д-р юрид. наук, проф. – голова ради; **А. Ф. Крижановський**, член-кореспондент НАПрН України, д-р юрид. наук, проф. – заступник голови ради; **М. П. Коваленко**, д-р фіз.-мат. наук, проф.; **С. А. Андронаті**, акад. НАН України; **В. Д. Берназ**, член-кореспондент НАПрН України, д-р юрид. наук, проф.; **О. М. Головченко**, д-р екон. наук, проф.; **Д. А. Зайцев**, д-р техн. наук, проф.; **В. М. Запорожан**, д-р мед. наук, проф., акад. АМН України; **М. З. Згуровський**, акад. НАН України, д-р тех. наук, проф.; **В. А. Кухаренко**, д-р філол. наук, проф.; **І. В. Ступак**, д-р філол. наук, доц.; **Г. П. Пекліна**, д-р мед. наук, проф.; **О. В. Токарев**, Засл. діяч мистецтв України.

Головний редактор серії – д-р фіз.-мат. наук, проф. **М. П. Коваленко**
Відповідальний секретар серії – **О. М. Назарук**

Редакційна колегія серії «Економіка і менеджмент»:

Б. В. Буркинський, акад. НАН України, д-р екон. наук, проф.; **А. І. Бутенко**, д-р екон. наук, проф.; **В. С. Дога**, д-р екон. наук, проф.; **О. М. Головченко**, д-р екон. наук, проф.; **Д. В. Гнилицька**, д-р екон. наук, доц.; **В. І. Захарченко**, д-р екон. наук, проф.; **О. М. Котлубай**, д-р екон. наук, проф.; **Є. В. Лазарева**, д-р екон. наук; **П. Сауэр**, канд. екон. наук, проф.; **Р. Габдуллін**, канд. екон. наук, член-кореспондент МАІН; **В. Ласло**, д-р екон. наук; **Б. А. Волков**, д-р екон. наук, проф.; **В. М. Осипов**, д-р екон. наук, проф.; **Д. М. Пармаклі**, д-р екон. наук, проф.; **Л. А. Бахчиванжи**, канд. екон. наук, доц.

Повне або часткове передрукування матеріалів, виданих у збірнику
«Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету»,
допускається лише з письмового дозволу редакції.

При передрукуванні матеріалів посилання
на «Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету» обов'язкове.

Свідцтво про державну реєстрацію КВ № 20001-9801 ПР від 25.06.2013 р.

Адреса редакції:
Міжнародний гуманітарний університет
вул. Фонтанська дорога 33, м. Одеса, 65009, Україна
Телефон: +38 (099) 967 84 71
Електронна пошта: editor@vestnik-econom.mgu.od.ua
Офіційний сайт: www.vestnik-econom.mgu.od.ua

© Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету.

Серія: «Економіка і менеджмент», 2016

© Міжнародний гуманітарний університет, 2016

© Інститут проблем ринку та економіко-екологічних досліджень
НАН України, 2016

Коваленко Н.П.,
д.физ.-мат.н., профессор,
Международный гуманитарный университет
Коваленко И.Н.,
старший преподаватель,
Международный гуманитарный университет

О ПРИМЕНЕНИИ МОДЕЛЕЙ МЕНЕДЖМЕНТА К ИССЛЕДОВАНИЮ ПРОЦЕССОВ ИЗМЕНЕНИЙ

Аннотация. Рассматривается спонтанная социализированность (СС) в сообществе как ситуационная переменная. Устанавливается связь между СС и командными ролями Белбина и кодами Адизеса. Показано, что успешность преобразований в сообществе существенно зависит от уровня СС. Волевое изменение ситуации без учета преобладающего уровня СС в долговременной перспективе приводит к неудаче преобразований.

Ключевые слова: спонтанная социализированность, процесс изменений, ситуационные теории, добровольные ассоциации, командные роли М. Белбина, коды И. Адизеса.

Постановка проблемы. Конец 20-го – начало 21 века ознаменовались интенсификацией процессов перемен, сопровождаемых в мире бизнеса многочисленными банкротствами, слияниями, поглощениями, переконфигурацией компаний, на глобальном уровне – распадом старых и рождением новых государств, международных альянсов и т.д. Хотя сознательное преобразование любой системы всегда начинается с ситуационного анализа её внутренней и внешней сред, тем не менее при всей тщательности такого анализа многие преобразования терпели неудачу. С общеметодологической точки зрения это означает, что, скорее всего, к проблемам подходили несистемно, учитывались не все ситуационные факторы. Сама задача идентификации ситуационных факторов далеко не однозначна, о чем свидетельствует достаточно большое количество ситуационных теорий в менеджменте [1-5], которые работают каждая в своей области применимости, оставляя много свободных «лакун» в пространстве ситуаций. Мы предлагаем расширить список ситуационных переменных, добавив к нему фактор спонтанной социализированности (СС) [6], роль которого явно просматривается в целом ряде событий, особенно при проведении макроэкономических и социальных преобразований.

Анализ последних исследований и публикаций. Успех реформ в государствах, возникших при распаде Советского Союза, зависит от того, в какой степени они проводятся *системно*, т.е. принимается во внимание вся совокупность факторов, составляющих контекст реформ, – какова конкретная ситуация, в которых реформы протекают. Сами ситуационные переменные многообразны, они должны быть идентифицированы и разными авторами формируются в разные кластеры. Среди наиболее разработанных можно назвать ситуационные теории Блейка-Моутон, Фидлера, Херси-Бланшара, Врума-Йеттона и др. [1-5]. Нобелевский лауреат по экономике Ф. Хайек к существенным элементам

ситуаций относит «обычаи и условности», которые возникают в обществе исторически (т.е. существуют достаточно долго) и «не являются плодом сознательного замысла» [7, с. 29] (т.е. действуют на уровне бессознательного). В качестве примеров он приводит местную автономию, ценности семьи, добровольные ассоциации. Этот перечень можно расширить добавлением формирующихся в процессе эволюционного развития общества и оседающих в бессознательном человека различных культурных измерений (таких, как континуумы между полярными состояниями коллективизм-индивидуализм, авторитарное-демократическое управление, маскулинность-фемининность и т.д.) [8; 9]. Хайек обращает внимание на то, что для сохранения «упорядоченной работы» человеческого общества его «непринудительные обычаи и условности» должны рассматриваться как «неотъемлемые факторы».

Когда названные (наряду с другими) ситуационные переменные при проведении реформ во внимание не принимаются, это приводит к серьезным отрицательным последствиям как для отдельных компаний, так и стран и целых регионов. В данной работе мы акцентируем внимание на значении фактора «добровольные ассоциации», на который обратил внимание Хайек. Для европейца Хайека ассоциации естественны, как естественны, скажем, многочисленные акционерные общества и церковные общины, в мире которых он жил. Между тем для стран традиционных культур – как антиподов стран техногенных – сознательное объединение в добровольные сообщества – совсем не простое (не «естественное») дело. Для успешности функционирования добровольных ассоциаций от индивидов, их составляющих, требуется наличие некоторых качеств, среди которых существенную роль играет *спонтанная социализированность* (СС) [6], означающая готовность незнакомых людей интегрироваться в формальные объединения для совместной деятельности в продвижении к поставленной цели. С полным основанием СС можно рассматривать как ситуационную переменную: это качество – эволюционное, в разных обществах мера его наличия (или отсутствия) варьирует в зависимости от конкретных условий места, времени и особенностей исторического развития. СС говорит о том, в какой степени люди умеют самоорганизоваться. В обществе с развитой СС люди умеют создавать и поддерживать жизнедеятельность разной величины (на уровне между семьей и государством) и устойчивых добровольных институтов: церквей, профсоюзов, партий, благотворительных учреждений, различного рода предприятий и т.д. Значение фактора СС усиливается и тем обстоятельством, что он положительно коррелирует с уровнем экономического развития: последний

повышается с ростом первого [6, с. 249]. На экономическом языке, наличие СС эквивалентно обладанию особого рода капиталом, который можно назвать *социальным капиталом*. Его можно завоёвывать, бороться за него, наконец, «инвестировать» в дело. Договорные обязательства компании с акционерным капиталом дают возможность начать вести совместное дело тем, кто не связан узами дружбы или родства; однако дальнейший их успех зависит от того, с какой готовностью они будут идти на сотрудничество и с коллегами, и с чужими для себя людьми – т.е. от наличия СС. Богатое и сложно устроенное гражданское общество не является неизбежным следствием передового промышленного развития. Напротив, такие страны, как Япония, Германия, США стали ведущими индустриальными державами во многом *благодаря* тому, что имели здоровую опору в виде социального капитала и СС, а не наоборот [6, с. 549]. Наличествует этот капитал – переход в капиталистическую фазу, в которую вступили постсоветские страны, облегчается, нет его – и рыночные отношения затрудняются, а если и возникают, то в искаженном, деформированном виде – как это произошло в постперестроечных странах.

Целью данной работы является операционализация понятия СС с помощью методов менеджмента, развитых для исследования закономерностей управленческого процесса.

Изложение основного материала. Менеджмент как наука об управлении создал ряд моделей, применимость которых вышла за пределы тех задач, для решения которых модели создавались. Одними из самых обоснованных являются теория командных ролей М. Белбина [10] и кодов И. Адизеса [11]. Мы покажем, что эти две модели можно применить для анализа причин неудач, которые терпят сообщества – субъекты проведения преобразований.

Работу менеджера как управленца можно представить в виде суперпозиции определенных видов деятельности (И. Адизес) и способов решения типичных управленческих задач (М. Белбин).

В модели Белбина менеджерские компетенции называют командными ролями. Всего таких ролей восемь: Председатель, или Координатор (*CH*); Шейпер (*SH*); Плант (*PL*); Монитор (*MO*); Имплементер (*IM*); Работник Команды (*TW*); Исследователь Ресурсов (*RI*) и Комплитер (*CO*) [9; 10].

В модели Адизеса действия менеджера сводятся к четырем основным видам: производству результатов (*P*), администрированию (*A*), предпринимательству (*E*) и интеграции людей вокруг достижения цели (*I*) [9; 11].

Для каждого менеджера характерны свои наборы кодов *PAEI* и командных ролей, которые определяет, в какой степени его деятельность будет успешной или же завершится неудачей.

Надо учесть, что идентифицированные роли / коды анализировались в условиях действующих организаций [11] или искусственно созданных «команд» в учебных аудиториях бизнес-школ [10]. Мы будем применять обе модели как для организаций, сознательно создаваемых для совместной деятельности (типа предприятия, акционерного общества), так и для намного больших, исторически возникших общностей (типа государств или этнических образований). Так как совместная деятельность и тех, и других должна быть *организована*, то именно на этом этапе начинает сказываться состав групп с точки зрения наличия или отсутствия в них индивидов с подходящими управленческими характеристиками, готовых вначале взять на себя инициативу по органи-

зации деятельности, а затем – по её координации и сохранению структуры единой на протяжении более или менее длительных промежутков времени.

Как показал Адизес, успех как в краткосрочном периоде, так и в долговременной перспективе в значительной степени зависит от наличия у менеджера качества, определяемого кодом *I*. Менеджер будет показывать хорошие (и даже выдающиеся) результаты, если он характеризуется высокими значениями по крайней мере двух из кодов *PAEI*, одним из которых обязательно должен быть показатель *I*. В то же время Белбин показал, что, хотя осуществлять управленческую деятельность может индивид с любой командной ролью, но лучше всех – с точки зрения достижения успеха – это получается у индивидов, обладающих ролями Председателя-Координатора (*CH*) и Шейпера (*SH*). Так как нас интересует долговременный успех, то мы не будем рассматривать роль *SH* – в типичном случае Шейпер раскалывает группу, не способствует её единению. (Это подтверждается статистическим анализом: в [12] показано, что корреляционный коэффициент (КК), связывающий *I* и *SH*, статистически значим и отрицателен).

Существует ли связь между компетенциями *I* и *CH* или это независимые переменные, каждая из которых вносит свой вклад в эффективную работу?

Разные индивиды обладают разными значениями *I*. Представим некоторое сообщество *S* людей с преобладанием больших показателей *I*. Они легко объединятся вокруг общего дела, при условии – если найдется индивид-организатор или, на языке командных ролей, *CH*. Самая благоприятная ситуация возникнет в случае, когда один индивид обладает хорошо представленными обеими ролями – и *I*, и *CH*. Надо отметить, что такое сочетание, вообще говоря, необязательно, осуществляется ли оно на практике – требует проверки. Но если *I* и *CH* сочетаемы (на языке математической статистики – КК, связывающий их, отличен от нуля и статистически значим), сообщество *S* объединится вокруг обладателя двойной роли (*I-CH*) – и возникнет группа с большим показателем СС. На языке физики или химии мы сказали бы, что у такой группы будет большая энергия связи.

В случае, если сообщество *S* не имеет в своем составе индивидов с большим значением *CH*, скорее всего, возникнут трудности с созданием устойчивой и трудоспособной общности.

Вернемся к вопросу о сочетаемости *I* и *CH*, который требует отдельного рассмотрения. Эта проблема рассматривалась в работе [12], где изучались корреляционные связи между моделями управленческих компетенций. На примере студентов высшего учебного заведения, специализирующихся в области экономики и менеджмента, было показано, что КК, связывающий роль *CH* с кодом *I*, равен нулю (со статистической погрешностью в 5%).

Качественно такой результат можно понять, если раскрыть содержание соответствующих менеджерских компетенций. *CH*-менеджер «... умеет идентифицировать способности и умения работников и использовать их в интересах дела. Он включает их в процесс принятия решений, мягко, но настойчиво направляет дискуссию в нужное русло и следит за тем, чтобы предложения относились к существу дела. Координатор редко прибегает к тому, чтобы просто объявить свое решение, он всегда ищет возможность учесть интересы всех заинтересованных сторон...

Он эмоционально стабилен, может при необходимости быть ассертивным и является прагматичным человеком» [9, с. 406]. В то же время *I*-менеджер – это мягкий, чувствительный, ориентированный на людей индивид, он «...не хочет принимать решения самостоятельно. Он не самостоятелен и основывается на мнении группы... Такой руководитель создает отличный моральный климат, но не формирует цель и направленность работы» [11, с. 71]. Организации под управлением *I*-менеджера «...недостает формализации и стремления к эффективности» (там же).

При таких полярных характеристиках неудивительно, что КК, связывающий эти роли, равен нулю. Поэтому вполне реален случай, когда могут вместе собраться люди с большими показателями по *I*, но самоорганизоваться они не смогут – из-за отсутствия роли *СН*. Для достижения положительной синергии при объединении в группу индивидов с высокими показателями *I* надо «импортировать» работника с недостающей ролью *СН*.

Проиллюстрируем сказанное двумя примерами. Возьмем США, для которых *СС* велика [6, с. 548]. Американцы – великие организаторы. Ф.Фукуяма считает, что традиционное представление об американцах как о сторонниках крайне индивидуалистического подхода к жизни не совсем верно – из-за сильно развитой *СС*. Американцы, если и индивидуалисты, то очень своеобразные. Они легко объединяются в группы (такие, например, как акционерное общество или церковная община), но внутри них рьяно отстаивают своё право оставаться автономными личностями [6, с. 92]. Яркие герои-индивидуалисты в популярных западных кинофильмах, все эти «одинокие волки» и «крепкие орешки», последовательно и решительно борются за *общие* интересы своей группы. У них преобладает ярко выраженная активная роль – *СН*. Можно предположить, что в деловом мире США ведущей командной ролью является Председатель-Координатор, описанный выше. Вне зависимости от уровня развития спонтанной социализированности, Председатель-Координатор *СН* будет способствовать её дальнейшему развитию у работников и сплачивать коллектив вокруг достижения цели.

Второй пример возьмем из прошлого Российской империи. История наделила Россию большими природными богатствами, чего нельзя сказать о социальном капитале. Ещё на заре своей государственности, в VIII веке, славянские племена, погрязшие в бесконечных междоусобицах и истощавшие в них свои силы, пришли к выводу, что самостоятельно организовать не могут. «Земля наша велика и обильна, а порядка в ней нет: приходите княжить и владеть нами», – зафиксировал летописец обращение русских князей к варягам [13, с. 120]. Хотя сегодня историки считают, что такое упрощённое представление о формировании системы управления на Руси не соответствует действительности, сама живучесть этого сказания и факт обращения к нему в самых серьёзных публикациях свидетельствует о том, что в нем схвачена некая существенная черта российского общества, – представляется, что это *неразвитость* *СС*. Чтобы организовать, для предков современных россиян потребовалось обращение к *внешней силе*. Этот факт можно рассматривать как свидетельство отсутствия достаточно выраженных организаторских способностей у предков современных россиян (на языке командных ролей – роли *СН*). С тех времён начинает формироваться тенденция россиян приносить *извне* организующее начало в свои дей-

ствия. Предки россиян догадались, что недостаток организаторских способностей можно компенсировать обращением к тем, у кого они есть (своеобразный «аутсорсинг»). Такими людьми, полагали они, в те времена были варяги. По мере того как в обществе накапливался определённый опыт общественного бытия, люди всё больше и больше действовали в соответствии с этим опытом. Такая привычка со временем закреплялась на бессознательном уровне и сегодня заявляет о себе исключительно большой ролью государства в жизни общества – как «внешней» силы, которая должна упорядочивать, организовывать, координировать действия людей, превращая их в коллектив, объединение, общность. Российская история всегда была по преимуществу историей *государственности*. Если для Хайека (с. 2) как представителя западной цивилизации «непринудительные обычаи и условности» состоят в следовании принципам индивидуализма – права свободных индивидов принимать самостоятельные решения, то для россиян естественное поведение связывается с подчинением требованиям государства. Вместо спонтанной действует *принудительная социализированность*. Это обстоятельство можно рассматривать как эволюционный ответ на недостаток спонтанной *СС* у сообщества, желающего сохранить себя как субъект истории. А. Зиновьев считает, что только благодаря роли государства «... плохой человеческий материал мог функционировать более или менее терпимо в сложившихся исторических условиях – ничуть не хуже того, какой мог бы быть оценен как хороший. Во всяком случае, русский народ смог сохраниться как народ исторический лишь в качестве народа коммунистического. С любым другим строем он обречён на деградацию и гибель» [14, с. 208].

Тенденция к объединению и укреплению роли государства усиливалась и внешними обстоятельствами – угрозами, исходящими от многочисленных завоевателей. Английский историк А. Тойнби, характеризуя Запад как «архиагрессора современной эпохи», напоминает, что российские земли на протяжении всей истории неоднократно подвергались западной агрессии (он называет 1941, 1915, 1812, 1709, 1610 годы), и считает, что приоритет государственности в России возник как отклик на постоянную внешнюю угрозу: «Русский авторитаризм вызван давлением Запада. Западная экспансия угрожала Русским землям, и они были вынуждены подчиниться новому игу, игу коренной русской власти в Москве, без которого они не могли бы выжить» [15].

Строго говоря, предложенная интерпретация эпизодов российской истории с позиций малой представленности командной роли *СН* у восточных славян нуждается в экспериментальном подтверждении. Косвенно об этом свидетельствуют результаты социологического исследования студентов Международного гуманитарного университета (МГУ), предки которых формировали свой менталитет во времена Российской империи и Советского Союза. На протяжении ряда лет в МГУ проводятся исследования с целью определения распределения командных ролей у студентов разных факультетов (экономистов, юристов, лингвистов). В последнем исследовании (2015 г.) тестирование студентов на командные роли показало, что при выборке из 106 студентов разных специальностей доля тех из них, у которых роль *СН* занимала первое или второе место в перечне из 8 ролей, варьировала от 4% (факультет лингвистики и перевода) до 11% (факультет экономики и менеджмента). При этом уверенные первые места занимали типичные «славянские»

качества, выражаемые ролями *TW* и *CW*, – которые описывают добросовестных работников и «добрых людей» [16].

Исследования командных ролей проводились в небольших учебных группах – «командах», управляющих виртуальными организациями. Их выводы можно обобщить на более масштабные и реальные образования, которые представляют собой совокупность более или менее крупных групп, управляемых своими командами. В каждой из них существует некий набор командных ролей. В зависимости от условий исторического развития той или иной общности в её управленческой части реализуется некий набор командных ролей, одни из которых могут быть представлены часто, другие – реже, а третьи – практически отсутствовать. Вполне можно представить ситуацию, когда по каким-то причинам в некоем сообществе роль Председателя-Координатора представлена слабо – и мы получаем картину, зафиксированную летописцем у славянских племён VIII века: у них было мало Председателей-Координаторов. Сегодня это отражается, в частности, в том, что герои у россиян – в жизни, литературе, кино – другие, весьма далёкие от американских идеалов. Например, здесь намного больше фильмов психологических, мелодраматических по сравнению с блокбастерами, внутренний мир героев и взаимоотношения между ними намного больше значат для сюжета, чем внешние события, они – скорее просто добрые люди, чем американские «сверхлюди». Такими предстают, например, герои фильмов Э. Рязанова: бескорыстно честный страховой агент Юрий Деточкин («Берегись автомобиля»), скромный статистик Анатолий Ефремович Новосельцев («Служебный роман»), робкий в решении многих вопросов врач Женя Черкашин («Ирония судьбы, или С легким паром»). На языке командных ролей эти герои соответствуют командной роли, которую Белбин назвал «Работником команды» (*TW*) и которая характеризуется следующим образом: «Этот человек обладает умением способствовать созданию хороших человеческих отношений и не очень настроен на выполнение задачи. Все члены команды являются его друзьями, он создает в группе атмосферу единства. Он хорошо понимает людей, их настроение и чувства. Он последовательно работает над достижением гармонии и старается не допустить разногласий, предотвратить их при малейших признаках. Он не настроен на конкурентную борьбу» [9, с. 416].

Отсюда следует, что общество, состоящее по преимуществу из индивидов с характеристиками *I* и *TW*, будет чувствовать себя очень дискомфортно, если в процессе преобразований руководители перенесут его в чуждое ему пространство рациональности, прагматизма и жестокой конкурентной борьбы, где господствуют другие командные роли/коды. Такой опыт проделали однажды трое высших менеджеров больших сообществ после ночи, проведенной в Беловежской Пуще. Со временем эти преобразования закончились разрушением экономики в их организациях, обнищанием работников, большими культурными потерями. Трансформация без учета свойств *СС* удачной не бывает.

Выводы. При макроэкономических и социально-экономических преобразованиях, в которые вовлечены исторически возникшие разных размеров общины или группы, *СС* (со своим антиподом – принудительной социализированностью) может рассматриваться как ситуационная переменная. Успешность преобразований в общине существенно зависит от наличия или отсутствия в ней *СС*, наполнение которой определяется командными ролями Белбина и ком-

петентностями-кодами Адизеса. Волевое изменение ситуации без учета преобладающего уровня *СС* в долговременной перспективе приводит к неудаче преобразований. Азбуку командных ролей/кодов *A, CH, CO, E, I, IM, MO, P, PL, RI, SH, TW* надо знать. Необходимы дальнейшие исследования по нахождению связей между различными ситуационными переменными и моделями Белбина и Адизеса.

Список литературы:

1. Blake R.R., Mouton J.S. The new managerial greed / Robert R. Blake, Jane S. Mouton. – Houston: Gulf, 1978. – 325 с.
2. Fiedler F.E. Theory of leadership effectiveness / Fred E. Fiedler. – New York: McGraw-Hill, 1967. – 310 с.
3. Hersey P., Blanchard K.H., Johnson D.E. Management of organizational behavior / Paul Hersey, Kenneth H. Blanchard, Dewey E. Johnson. – New Jersey, Prentice Hall, 1996. – 627 p.
4. Vroom V.H., Jago A.G. Managing participation: a critical dimension of leadership. In: Management and motivation. Ed. Vroom V.H., Deci E.L. / Victor H. Vroom, Arthur G. Jago. – London: Penguin Books, 1992. – P. 420-431.
5. Vroom V.H., Jago A.G. The new leadership / Victor H. Vroom, Arthur G. Jago. – Englewood Cliffs, New Jersey: Prentice Hall, 1988. – 239 с.
6. Фукуяма Ф. Доверие: социальные добродетели и путь к процветанию: пер. с англ. / Фрэнсис Фукуяма. – М.: ООО «Издательство АСТ»: ЗАО НПП «Ермак», 2004. – 730 с.
7. Хайек Ф.А. Индивидуализм и экономический порядок / Фридрих Хайек: пер. с англ. – Челябинск: Социум, 2011. – 394 с.
8. Hofstede G. Culture consequences / Geert Hofstede. – Thousand Oaks, London, New Delhi: Sage Publications, 2004. – 585 с.
9. Коваленко И.Н., Коваленко Н.П. Наука и искусство власти менеджера / И.Н. Коваленко, Н.П. Коваленко. – О.: Фенікс, 2016. – 512 с.
10. Belbin R.M. Management teams: why they succeed or fail / R. Meredith Belbin. – Amsterdam, Boston, Heidelberg et al.: Elsevier, 2004. – 201 с.
11. Адизес И. Как преодолеть кризисы в менеджменте / Ицхак Адизес: пер. с англ. – СПб.: Стокгольмская школа экономики в Санкт-Петербурге, 2006. – 285 с.
12. Коваленко И.Н., Коваленко Н.П. Корреляционные связи между моделями управленческих компетенций. – Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Серія. Економіка і менеджмент. – 2014. – Вип. 7. – С. 48-50.
13. Соловьев С.М. История России с древнейших времён, кн. 1, т. 1-2. / С.М. Соловьев. – М.: Мысль, 1988. – 797 с.
14. Зиновьев А. Планируемая история: Запад. Посткоммунистическая Россия. Гибель русского коммунизма: [сб.] / Александр Зиновьев. – М.: АСТ МОСКВА, 2009. – 542 с.
15. Тойнби А. О России, Западе и коммунизме. [Электронный ресурс] / Арнольд Тойнби. – Режим доступа: <http://colonelcassad.livejournal.com/692154.html>
16. Добровольська В.І. Особливості розподілу командних ролей як фактор впливу на модернізаційні процеси в Україні. – Магістерська робота. – Одеса: МГУ, 2015. – 89 с.

Коваленко М.П., Коваленко І.М. Про застосування моделей менеджменту до дослідження процесів змін

Анотація. Розглядається спонтанна соціалізованість (*СС*) в співтоваристві як ситуаційна змінна. Встановлюється зв'язок між *СС* і командними ролями Белбіна і кодами Адизеса. Показано, що успішність перетворень в співтоваристві істотно залежить від наявності або відсутності в ньому *СС*. Вольова зміна ситуації без урахування переважаючого рівня *СС* призводить в довготривалій перспективі до невдачі перетворень.

Ключові слова: спонтанна соціалізованість, процес змін, ситуаційні теорії, добровільні асоціації, командні ролі М. Белбіна, коди І. Адизеса.

Kovalenko N.P., Kovalenko I.M. On the application of management models to study change processes

Summary. The spontaneous socialization (SS) in the community as a situational variable is considered. The connection between the SS, the Belbin team roles and Adizes codes is established. It is shown that the success of reforms in the com-

munity depends greatly on the SS level in it. Volitional change in the situation without taking into account the prevailing level of the SS leads in the long run to the failure of reforms.

Keywords: spontaneous socialization, change processes, situational theory, voluntary association, M. Belbin team roles, I. Adizes codes.

Хан Ю.А.,

д.э.н., доцент, г.н.с.,

Казахский научно-исследовательский институт экономики
агропромышленного комплекса и развития сельских территорий

ЗЕРНОВАЯ ПОЛИТИКА КАЗАХСТАНА В УСЛОВИЯХ ЕВРАЗИЙСКОЙ ИНТЕГРАЦИИ

Аннотация. В статье раскрыты основные проблемы развития зернового сектора Казахстана в условиях интеграции государств Содружества в Евразийский экономический союз (ЕАЭС); даны предложения по формированию механизма реализации совместной евразийской интеграции на зерновом рынке. Обоснована необходимость структурирования зернового рынка путем создания Единого зернового холдинга в рамках ЕАЭС в целях стабилизации и регулирования внутреннего рынка зерна.

Ключевые слова: рынок зерна, Евразийский экономический союз (ЕАЭС), диверсификация, специализация регионов, интеграция, инфраструктура, логистика.

Постановка проблемы. Интеграция – это объективный процесс экономического развития, имеющий своей целью повышение взаимовыгодности деятельности и получение конкурентных преимуществ на аграрном рынке для свободного продвижения товаров, технологий, средств труда, капиталов и пр. Уровень и динамика развития аграрного сектора в значительной степени определяют возможности роста сопряженных отраслей производства, ресурсов для АПК, перерабатывающей промышленности и агропродовольственного рынка. В этой системе зерновой рынок является важной интеграционной составляющей.

Анализ последних исследований и публикаций. Экономическая глобализация, регионализация и интеграция являются основными тенденциями общественного развития, формирующими новый тип мироустройства. Весьма важно увязывать формирование отношений с объективным процессом глобализации мировой экономики, а также с развитием региональных объединений, в том числе в рамках ЕАЭС.

В современных условиях вектор интеграции прослеживается в экономическом взаимодействии стран Евразийского континента как закономерный результат многовекторного развития отношений России, Беларуси, Казахстана. Усиление интеграции в сфере АПК – один из приоритетов ЕАЭС, требующий осуществления мер, обеспечивающих системную модернизацию и конкурентоспособность продукции аграрного сектора, развитие социальной, рыночной инфраструктуры села

(информационной, производственной, транспортной, торговой, финансовой и пр.).

Выделение нерешенных ранее частей общей проблемы. Выстраивая интеграционные модели, очень важно видеть те перспективы, которые открываются для каждого из участников и для интеграционного объединения в целом. В данном контексте были проведены исследования по адаптации зерновой политики Казахстана в условиях ЕАЭС.

Цель статьи заключается в систематизации подходов к постановке и реализации зерновой политики Казахстана в условиях евразийской интеграции.

Изложение основного материала исследования. Совокупный спрос на зерно в мире усиливается: объемы продаж пшеницы составляют 20% мирового производства, кукурузы – 12% [1; 2]. На рынке зерна доминируют несколько весомых потенциальных покупателей-операторов: Египет (7–9 млн. т), Бразилия (5–8 млн. т), ЕС (5–7 млн. т), Япония (5,5 млн. т), страны Ближнего Востока и Южной Азии (10–15 млн. т). В этих условиях рост производства зерна выдвигает Казахстан, Украину и Россию в число потенциальных лидеров на мировом рынке зерна, к росту их влияния на продовольственную ситуацию на мировом рынке [3]. Доля этих стран в мировой торговле зерном составила в среднем: по ячменю – 36,5%, по пшенице – 21,5% и по кукурузе – 7,5% (табл. 1). В среднем за последние годы в импорте пшеницы странами постсоветского пространства доля Казахстана составляет 75%, а России – 23% [4].

Макроэкономическая модель FAPRI показывает, что к 2017 г. потребности в пшенице и кукурузе возрастут дополнительно на 230 млн. т, из них 143 млн. т – кукуруза. Спрос будет увеличиваться за счет производства кормов и промышленного использования этих культур. Производство продуктов животноводства должно вырасти на 50 млн. т, половина из них придется на Азию, в то время как производство биотоплива в США приведет к потребности в 45–50 млн. т кукурузы дополнительно [2].

Рост глобального производства зерна в Черноморском регионе Евразийского континента отразится и на объемах экспорта [5]. Так, по оценке экспертов, объем экспорта зерна к 2021 г. из Казахстана, России и Украины ежегодно будет превышать

Таблица 1

Долевое участие стран ЕАЭС и Украины на зерновом рынке

Группа стран	Общемировая доля, %								
	по убранной площади			в валовом сборе зерна			по экспорту зерна		
	пшеница	ячмень	кукуруза	пшеница	ячмень	кукуруза	пшеница	ячмень	кукуруза
страны ЕАЭС	17,6	19,1	1,0	10,8	14,8	0,7	16,7	15,0	0,9
Украина	2,9	8,1	1,5	3,0	6,9	1,6	4,8	21,3	6,8
Всего	20,5	27,2	2,5	13,8	21,7	2,3	21,5	36,3	7,7

Источник: по данным Евразийского банка развития (2008–2012 гг.)

50 млн. т. При этом экспорт пшеницы из этих стран будет самым большим по сравнению с другими странами-экспортерами. В частности, ожидается, что к 2021 г. Россия нарастит экспорт зерна по отношению к среднему показателю 2008–2012 гг. на 62%, Украина – на 65%, Казахстан – более чем на 60% [6].

Главная особенность мирового рынка зерна – антициклическая изменчивость валовых сборов и волатильность рыночных цен на зерно (табл. 2). Несмотря на значительные колебания объемов производства зерна, являющиеся следствием климатических и иных факторов, прослеживается устойчивый рост урожайности и валовых сборов, что стало следствием перехода на новые технологии производства и управления в зерновом хозяйстве [7; 8].

С учетом роста совокупного спроса на продовольствие в мире, наличия возможностей для укрепления конкурентоспособности продукции на базе интенсификации производства и внедрения инновационных технологий можно говорить о межрегиональном усилении роли стран ЕАЭС на мировом зерновом рынке. Для решения проблемы неустойчивости зернового производства вследствие неблагоприятного влияния природно-климатических, энергетических, конъюнктурных факторов в отдельные годы (засуха, резкие колебания мировых цен на энергоносители) немаловажное значение имеет формирование резервов зерна в периоды хороших урожаев в странах ЕАЭС. По оценкам ряда экспертов [3; 9], резервы зерна в странах ЕАЭС должны составлять порядка 18–20 млн. т. По нашим расчетам, резервы зерна должны быть несколько выше и находиться в пределах 20–25 млн. т.

Решение проблем развития зернового сектора возможно только в контексте единой аграрной политики (ЕАП) стран ЕАЭС: создания благоприятных условий для расширения производства и глубокой переработки зерна; взаимной клиринговой торговли и экспорта зерна при усилении конкурентоспособности; оптимизации национальной структуры зернового производства; снижении волатильности цен и поддержании баланса зерна для обеспечения продовольственной безопасности экономического сообщества в целом.

В качестве приоритетных задач согласованной зерновой политики стран ЕАЭС следует выделить: формирование единой институциональной инфраструктурной среды; синхронизацию наднациональных и национальных мер и инструментов государственного регулирования; повышение инвестицион-

ной и инновационной привлекательности зернового бизнеса, создание экономических условий для оптимизации структуры производства; стимулирование взаимной торговли зерном и обеспечение равных условий доступа на рынки; поддержку взаимных инвестиций; сбалансированное и опережающее развитие производственной и транспортно-логистической инфраструктуры рынка зерна на основе государственно-частного партнерства; развитие современных трансферт-технологий, ориентированных на структурную модернизацию зернового хозяйства и зерновой индустрии и пр.

На национальном уровне каждая из стран ЕАЭС реализует обширный набор превентивных и системных мер по государственному и рыночному регулированию зернового рынка. Согласованная зерновая политика стран ЕАЭС поможет решать как проблемы перепроизводства, так и противостоять резким конъюнктурным всплескам спроса и предложения на мировом рынке зерна. Квотирование экспортных объемов и регулирование цен поставок зерна и зернопродуктов (муки и пр.) в рамках ЕАЭС может оказывать серьезное влияние на мировой зерновой рынок (по твердой, сильной пшенице и муке).

Координация внутреннего производства и взаимные межгосударственные поставки зерна и зернопродуктов, проведение согласованной маркетинговой, транспортно-логистической политики по развитию и укреплению их экспорта, включая информационно-консультационное обслуживание производителей и экспортеров, – предпосылками для формирования и эффективного функционирования «зернового пула». Для этого требуется соподчинение организационно-экономических мер регулирования зернового рынка в рамках согласованной агропродовольственной политики стран ЕАЭС.

Попытки селективной координации мер государственного регулирования зернового рынка в этих странах принимались неоднократно. В 2001 г. межправительственным советом по вопросам АПК на 2001–2010 гг. была принята Программа создания и функционирования рынка зерна СНГ [9]. Советом по агропромышленной политике при интеграционном комитете ЕАЭС (2012 г.) был одобрен проект соглашения об организации и функционировании рынка зерна государств – членов ЕАЭС [10]. Идея «зернового пула» Украины, России и Казахстана, выдвинутая на Всемирном зерновом форуме (2009 г.) в Санкт-Петербурге, получила новое развитие (2013 г.). Однако участие Украины в ЕАЭС на сегодня ставится под сомнение

Таблица 2

Потенциальные пределы роста урожайности при существующих технологиях производства зерна

Группировка по индикаторам						Страны-экспортеры зерна	Среднегодовое производство зерна на душу населения, кг/чел.		
природно-климатическим		производственно-технологическим							
		I		II					
Среднегодовые осадки, мм/год	до 550	Внесение минеральных удобрений, кг/га. пахотных земель	до 100	Средняя урожайность, ц/га	до 20,0	11,5	Казахстан	1039,9	
						20,8	Россия	576,5	
						15,5	Австралия	1468,9	
					20,1-50,0	31,8	Канада	1492,9	
						27,5	Украина	839,0	
	40,0		Аргентина			948,4			
	св. 550		100-250			свыше 50,1	30,5	Беларусь	721,8
							66,8	США	1280,7
					67,4		Германия	556,7	
					70.2	Франция	1014.3		

Джерело: рассчитано по данным Евразийского банка развития (2005–2009 гг.)

в связи с их сотрудничеством по программе ЕС «Восточное партнерство» на основе принципов глубокой и всеобъемлющей зоны свободной торговли [11].

Принятие секторального соглашения по зерновому рынку позволит определить в качестве рамочного подхода формирование специализации каждой из стран ЕАЭС исходя из условий рационального использования накопленных компетенций и естественных преимуществ стран ЕАЭС, согласовать общую парадигму государственной поддержки и регулирования всего зернопродуктового сектора; задать целевые индикаторы развития зернового рынка в рамках единой аграрной политики.

В современных условиях политика экспорта зерна и зернопродуктов должна строиться на принципах многовекторности и разнополярности, позволяющих диверсифицировать рынки сбыта и проявлять гибкость в выборе перспективных направлений реализации зерна. Необходимо структурирование зернового рынка путем создания Единого зернового холдинга в рамках ЕАЭС в целях стабилизации и регулирования внутреннего рынка зерна: Россия создала Объединенную зерновую экспортную компанию; Казахстан – Единый зерновой холдинг [12].

Формирование единой системы регулирования рынка зерна предусматривает отказ от односторонних мер по поддержке национального зернового производства и выравниванию внутренних цен на зерно на евразийском пространстве. Эти меры предполагают равные условия конкуренции зернового бизнеса стран ЕАЭС, отказ от мер односторонней поддержки рыночных цен для собственных потребителей за счет развития совместного зернового бизнеса. Разработка стратегии развития зернового рынка стран ЕАЭС, включая глубокую переработку зерна, предполагает формирование четких ориентиров для зернового бизнеса в части целевого размещения производства и взаимной торговли зерном.

В этих условиях механизмы и инструменты реализации зерновой политики стран ЕАЭС предполагают: программно-целевое субсидирование зернового производства и зерновой индустрии; установление гибкого коридора изменения закупочных цен на зерно и зернопродукты; проведение интервенционных операций на рынке зерна; поддержку спроса на зерно на внутреннем и внешнем рынках, в т. ч. за счет развития зерновой индустрии; формирование согласованной экспортной зерновой политики; развитие зернопродуктовых кластеров; формирование системы маркетинговых исследований, ориентированной на интересы зернового бизнеса; информационно-аналитическое обеспечение деятельности участников межрегионального рынка зерна и пр.

В современных условиях можно выделить ряд основных направлений проведения согласованной политики стран ЕАЭС в области регулирования межрегионального зернового рынка. Особое внимание необходимо уделить решению проблем, связанных с обеспечением технологической и инфраструктурной модернизации зерновой индустрии и зернового хозяйства для поддержания устойчивости производства.

Приоритетным направлением развития казахстанского зернового бизнеса является структурное совершенствование размещения зернового производства в рамках ЕАЭС. В РК реализуются схемы специализации регионов по оптимальному использованию сельскохозяйственных угодий для производства конкретных видов продукции. Схема составлена согласно административным, территориально-отраслевым делениям республики с детализацией до районов на основе ключевых факторов, каждый из которых состоит из множества показате-

лей (природно-климатический фактор; производственный фактор; возможности сбыта продукции).

Оценка природно-климатических факторов предполагает проведение исследований по следующим показателям: уровень осадков, тип почв, уровень засоленности, кислотности, рельеф местности, плодородие почв (балл бонитет), наличие поливных земель, суммы температур вегетационного периода и пр. Анализ производственных факторов включает показатели продуктивности культур, наличие посевных площадей в регионе, рекомендуемые севообороты, наличие и близость перерабатывающих мощностей и ретроспективная специализация регионов и др. Маркетинговый фактор оценивается по показателям возможностей сбыта продукции: наличие и близость рынков сбыта, возможность доставки продукции на потенциальные рынки и пр.

В условиях рискованного земледелия в РК наиболее адаптированными культурами остаются пшеница, ячмень и овес. С этой целью необходим кластерный подход к выявлению зон производства (специализации и размещения) и экспорту зерновых культур. Так, в сухостепной зоне Казахстана (Акмолинская, Карагандинская области) доля зерновых культур в севообороте может снижаться до 70%, а в северной части зерновых регионов – до 50%.

По материалам исследований выявлено, что в группе продовольственного зерна следует увеличить долю пшеницы 1–3-го классов с высокими хлебопекарными свойствами, в группе зернофуражных и кормовых культур – овес и ячмень, а также кукурузу на зерно и зернобобовые культуры. На мировом рынке в ближайшей перспективе по этим видам зерна ожидается острый дефицит и, соответственно, опережающий рост мировых цен, связанный с ростом спроса на переработку зерновых культур на технологические цели.

Следует отметить, что в Казахстане актуальным является сокращение посевов под продовольственную пшеницу для приведения зернового баланса в соответствие между объемами возможных продаж и объемами производства, а также мерами, связанными с реализацией государственной программы по развитию мясомолочного скотоводства и возможным ростом объемов производства фуражных культур, производства продовольственных и технических культур двойного назначения (т. е., использование продукции на продовольственные, кормовые и технические цели).

Меры по стимулированию глубокой переработки зерна в Казахстане должны рассматриваться в контексте сбалансированного развития зерновой индустрии в рамках реализации государственной программы «Агробизнес – 2020» по увеличению производства продукции с высокой добавленной стоимостью [13;14]. В соответствующих инструментах поддержки эти приоритеты указаны, но надо понимать, что производство мальтозных сиропов (патоки) и всех остальных стадий глубоких переделов и переработки продуктов (за исключением чистого протеина и, может быть, крахмала) не совсем выгодно получать из пшеницы по сравнению с кукурузой или другими видами зерновых культур (из-за высокой рыночной цены).

С этой позиции требуется согласованная зерновая политика стран ЕАЭС в данной области, направленная на развитие зернобобовых, зернофуражных и крупяных культур. В этом плане приемлемым будет глубокая специализация стран ЕАЭС по целевому территориально-отраслевому размещению производства конкретных видов зерновых, зернобобовых, зернофуражных и крупяных культур с определением продуктовых

кластеров (наприклад: кукуруза – Росія; пшениця – Росія, Казахстан; рожь – Росія, Білорусь, Казахстан; овес, ячмень – Росія, Казахстан і т. д.).

Створення на міждержавному рівні єдиного інтеграційного механізму проведення закупочних і товарних інтервенцій державних закупок, а також залогових операцій є ефективним рішенням транспортно-логістичної, маркетингової проблеми, а також важливим механізмом регулювання відносин між країнами ЕАЭС.

Сформовані міждержавні резерви зерна країн ЕАЭС можна буде накопичувати і реалізовувати на зовнішніх ринках, а також в цілях надання продовольственої допомоги і забезпечення продовольственої безпеки на євразійському просторі. Для цього необхідно створити міждержавний інформаційно-аналітичний банк комунікацій і зв'язи і реалізувати його в формі міжрегіональної зернової біржі (ліберальна (ринкова) схема) або зернового пула (адміністративно-регульована (державно-приватне партнерство) схема).

В Казахстані передбачається страхування від всіх видів ризиків природного характеру, а не конкретних видів виробничих ризиків, в залежності від регіональної і територіально-отраслової специфіки. Механізм субсидування страхування в РК ізначально направлений на розходження значительних бюджетних засобів при низькій ефективності їх віддачі. Даний страховий механізм з ув'язкою з субсидуванням аграрного виробництва не є страхуванням по своїй економічній суті, а направлений на отримання фермерами додаткових фінансових ресурсів за рахунок виділених субсидій при повному відсутстві у страховика відповідальності за ризики і страхові випадки. Фермери, зазвичай не отримуючи повних виплат по страховим випадкам, прагнуть до порушення або спрощення технології виробництва для зниження виробничих витрат.

Для розвитку системи управління ризиками в агрострахуванні потребується введення оцінки ступеня фінансової стійкості страховиків (страхових компаній) на основі побудови багаторівневої системи перерозподілу ризиків з державної підтримки. Потребується врахування перестрахування аграрних ризиків з максимально ефективною використанням існуючої перестраховочної ємності учасників страхового ринку, а також розробка єдиної методики андеррайтингу ризиків. Реалізація спільних програм в області агрострахування виробництва зерна з метою забезпечення стійкості доходів виробників послужить основою вирівнювання економічних умов господарювання.

Розвиток спільної інфраструктури зернового ринку необхідно для створення сприятливих умов по збереженню зерна, скороченню витрат при транспортуванні і збуті, взаємовигідної торгівлі і експорту зерна. Транспортні витрати по-прежнему є основними витратами при експорті продукції, що перешкоджає її збуту [15–17]. На фоні зниження цін на зерно відбувається зростання інфраструктурних витрат (в т. ч. транзакційних витрат) експорту зерна. Так, зростання залізничного тарифу на 10–15% веде до зростання собівартості виробництва, збільшенню витрат на зберігання, перевалку [18].

Створення мережі зернових терміналів на перспективних напрямках казахстанського експорту і їх ефективне функціонування необхідно ув'язувати з розвитком власного морського суднобудування, так як Казахстан втрачає на

морських перевезеннях. Пропозиція поставок зерна з доставкою до морських портів покупця буде більш привабливою для імпортерів зерна і матиме стимулюючий вплив на експорт зерна, а це вимагає придбання власних морських суден для транспортування зерна.

В результаті продовжується світового фінансового кризису на ринку круп наметилися наступні тенденції: збільшення ринкових цін, нерівномірне розподілення круп'яних культур в структурі виробництва, скорочення державних закупок зернових (круп'яних) культур і переорієнтація системи реалізації з державних на альтернативні канали збуту, збільшення числа посередницьких структур на споживчому ринку і пр. По прогнозам експертів, темп приросту виробництва круп в 2014–2017 гг. складе приблизно 5%.

Сучасний ринок круп країн ЕАЭС відрізняється високою стабільністю і поступальною динамікою розвитку. Незважаючи на всі можливі зовнішні фактори, середньорічний приріст його обсягів складає близько 4,5–5 % (в основному за рахунок РФ). Унікальність цього сегмента ринку ще і в тому, що країни ЕАЭС мають достатнім сировинним і технологічним потенціалом для повного задоволення власних потреб в крупах. Єдиний культур, яку, по всьому видимості, ніколи не вдасться вирощувати в потрібних обсягах, – це рис (стійкий попит з боку РФ, Білорусі).

Тенденція останніх років заключається в тому, що світові ціни на більшість круп і продукцію з них зростають високими темпами. Лідерами цінового зростання стали горох, пшениця, геркулес, манна крупа і рис. Основні причини цього: зміцнення цін на світовому зерновому ринку; наполегливе підвищення ринкових цін на рис; зниження валових зборів ряду круп'яних культур; подальший зростання витрат на транспортування; зростання ринкових цін (оптових, розничних) на всі основні продукти харчування. В результаті перевищення споживання рису в світі над його виробництвом і різкого падіння світових запасів багато країн – крупні експортери рису (з 2007 г.) ввели обмеження (В'єтнам, Індія, Єгипет. Китай з січня 2008 г. встановив експортні мита на рис) або повні заборони на його експорт. Причиною збільшення попиту на крупи є також зростаючий попит на продукти швидкого приготування.

Традиційно основними товарними групами на ринку круп'яних продуктів країн ЕАЭС є гречка, рис, пшениця, геркулес, манка, пшенична, перлова і ячнева крупи, горох, овсянка, а також кукуруза. Як основний виробник і пріоритетний споживач даної продукції РФ домінує в межах ЕАЭС. При цьому російські регіони мають свою спеціалізацію, що випливає з особливостей природно-кліматичної зони: гречка краще всього виростає на Алтаї, просо – в Центральної Росії, пшениця – в Краснодарському краї і Приволзькому регіоні.

В Казахстані також прослідковується глибока спеціалізація і концентрація круп'яного виробництва і рисоводства, де регіоном виробництва рису є в основному Кзылординська область; гречихи – Павлодарська і Східно-Казахстанська області; проса, пшениці, овса, ячменя – області Північного Казахстану. На жаль, в програмі «Агробізнес – 2020» [14] немає чітких акцентів і стимулюючих індикаторів на розвиток круп'яних культур через їх відносно високу трудомісткість і відсутність ефективних заходів підтримки, хоча російський ринок є найбільш привабливим в плані міжрегіонального ринку збуту продукції.

Системный анализ прогноза спроса и предложения зерна внутри стран ЕАЭС служит важнейшим инструментом оценки перспектив развития межрегионального зернового рынка. В рамках мониторинга зернопродуктовой безопасности и систематического обмена аналитической информацией о состоянии рынка зерна необходимо распространить практику составления прогноза совокупного спроса и предложения на все страны ЕАЭС с целью предупреждения зернового дефицита, информирования рыночных агентов и принятия в случае необходимости согласованных мер интервенционного регулирования для решения проблем продовольственной безопасности.

Целесообразно при наступлении потенциальной угрозы продовольственной безопасности договориться о принятии сторонами определенных обязательств по гарантированным поставкам зерна в рамках ЕАЭС. Взаиморасчеты по поставкам зерна в страны ЕАЭС, испытывающие дефицит зерновых ресурсов на продовольственные цели, не должны носить конъюнктурный характер. Разница в ценах на мировом рынке должна возмещаться из единого резервного фонда стран ЕАЭС на основе разработанного компенсационного механизма регулирования диспропорций в экономических отношениях. Создание системы комплексного развития экспорта включает в себя увеличение удельного веса продукции с высокой добавленной стоимостью (табл. 3).

В современных условиях основная тенденция в развитых странах – одновременное уменьшение тарифов и рост нетарифных барьеров. К их числу следует отнести такие меры, как технические и фитосанитарные требования к импорту; антимонопольное законодательство; общая сельскохозяйственная политика, а также квоты на импорт сельхозпродукции в странах ЕС; субсидии фермерам и ограничения на импорт сельхозпродукции в США и пр. Интеграционные процессы, гармонизация и унификация законодательства стран оказывают положительное влияние на развитие зернопродуктового комплекса стран ЕАЭС уже в краткосрочной и среднесрочной перспективах.

Ряд сопредельных с Казахстаном стран (Узбекистан, Кыргызстан, Таджикистан и др.), стремясь защитить внутренний рынок, вводят акцизы на ввоз казахстанской муки как превентивную меру регулирования торговых отношений: 1) Кыргызстан периодически вводит ограничения на импорт казахстанской муки; 2) Таджикистан также создает неравные условия по доступу зерна пшеницы и муки из нее на свой рынок: налог

на добавленную стоимость при ввозе зерна 10%, а при ввозе муки – 18%; 3) Узбекистан снизил ставку акцизного налога на ввозимую муку с 15 до 11%, но при этом практически одновременно повысил ставки акцизов на ввозимые макаронные изделия с 20 до 30% (данные ограничения – самые болезненные для Казахстана, учитывая, что экспорт муки в эту страну занимал в разные годы от 65 до 75% всего экспортного объема). Все это требует определенных превентивных мер поддержки экспорта зерна и зернопродуктов.

Внешнеторговые потоки стран ЕАЭС сталкиваются с основными вызовами и проблемами: преимущественно сырьевой характер экспорта зерна и его низкая диверсификация; низкая доля высокотехнологичной продукции в экспорте; степень вовлеченности во взаимную торговлю между странами ЕАЭС значительно варьируется [19]. В концентрированной форме основные вызовы во внешней торговле в ЕАЭС можно классифицировать таким образом: 1) доля стран ЕАЭС в экспорте и импорте России не превышает 10%; 2) Беларусь критически зависит от внешней торговли с Россией; низкие объемы торговли между Беларусью и Казахстаном; 3) экспорт Казахстана в основном направлен вне стран Таможенного союза (ТС).

Основные перспективы улучшения структуры экспортной корзины Беларуси – диверсификация и наращивание интенсивности экспорта между странами-участницами, тогда как для Казахстана – торговля с остальным миром. Специфика стран ЕАЭС в структурной модернизации экономики состоит в следующем: перед Россией и Казахстаном стоит проблема сырьевой направленности экспорта зерна и необходимость глубокой диверсификации экономики; в Беларуси основная проблема инновационного развития заключается в высокой доле государственного сектора в экономике и неразвитости рыночных механизмов.

Транспортная логистика является ключевым элементом в ценовой конкурентоспособности зерна. К казахстанскому экспорту через Россию в другие страны применяются унифицированные в рамках ЕАЭС транспортные тарифы (2013 г.). Страны ЕАЭС приняли на себя обязательства по унификации железнодорожных тарифов на грузовые перевозки по видам сообщений (внутриреспубликанское, межгосударственное).

Необходимо отметить, что решением комиссии ТС № 874 принят технический регламент ТС «О безопасности зерна» (2011 г.) [20], устанавливающий единые обязательные для применения и исполнения требования к зерну, обеспечения свободного перемещения зерна, выпускаемого в обращение на

Таблица 3

Добавленная стоимость валовой продукции сельского хозяйства в основных странах – производителях зерна

Группировка по экономическим индикаторам				Добавленная стоимость валовой продукции сельского хозяйства, млрд. долл. США			Ранжированный ряд стран по добавленной стоимости	
затраты на 1 га с.-х. угодий, долл. США/га	(II) до 200	валовая продукция сельского хозяйства на 1 работника, тыс. долл. США/чел.	(B) до 40	(I)	2,4	(A)	Казахстан	
					2,4		Беларусь	
					6,1		Украина	
					14,2		Аргентина	
					15,7		Австралия	
					16,5		Канада	
					19,1		Россия	
	(I) св. 200		(A) св. 40	(II)	21,8	(B)	Германия	
					34,8		Франция	
					133,7		США	

Источник: по данным Евразийского банка развития

единой таможенной территории и используемого для пищевых и кормовых целей. На зерно для семенных целей и продуктов переработки зерна действие технического регламента не распространяется.

В рамках этого регламента зерно выпускается в обращение на единой таможенной территории при условии, что оно прошло необходимые процедуры оценки (подтверждения) соответствия, установленные этим регламентом, а также другими техническими регламентами ЕАЭС, действие которых распространяется на зерно (технический регламент «О безопасности пищевой продукции»), т.е. обязательные для применения и исполнения требования к процессам производства, хранения, перевозки, реализации и утилизации зерна, регламентация правил выпуска зерна в обращение, требования безопасности, маркировки единым знаком обращения продукции.

Интеграция в рамках ЕАЭС в области карантина растений позволила упростить фитосанитарные требования (РФ и РБ). В частности: 1) решением комиссии ТС от 18.06.2010 г. № 318 утверждены Единый перечень подкарантинной продукции с разделением на высокий и низкий фитосанитарный риск, Положения о порядке осуществления карантинного фитосанитарного контроля (надзора) на таможенной территории и таможенной границе ТС; 2) оптимизирован перечень подкарантинной продукции, из которого исключена продукция, не представляющая карантинный фитосанитарный риск; 3) исключено требование по сопровождению подкарантинной продукции низкого фитосанитарного риска фитосанитарным сертификатом; 4) в соответствии с решением межгосударственного совета ТС от 15.03.2011 г. № 76, с 01.07.2011 г. карантинный фитосанитарный контроль, который осуществлялся на внутренней границе, перенесен на внешние границы ЕАЭС. Приняты меры, которые позволили снять таможенные барьеры при перемещении продукции как между странами ЕАЭС, так и при импорте такой продукции из третьих стран, регламентировать и определить единые подходы к проведению карантинного фитосанитарного контроля (надзора) в отношении ввозимой и перемещаемой между странами ЕАЭС подкарантинной продукции.

Реализация стратегии импортозамещения стран ЕАЭС является одним из ориентиров экономической политики [21;22] – необходимо двигаться в сторону повышения таможенной защиты и ввести оградительные меры с целью защиты своих производителей. На этот случай предусмотрен целый ряд решений, связанных с договором о создании зоны свободной торговли стран СНГ, так называемым Шестым протоколом, включая введение соответствующих защитных механизмов, которые находятся в полном соответствии с правилами Всемирной торговой организации (ВТО) [23].

Выводы. Вступление Казахстана в ЕАЭС имеет ряд объективных последствий, где основная цель данного объединения состоит в модернизации торгово-экономических отношений, охватывающих такие направления, как: 1) взаимный доступ к рынкам стран интеграционного объединения, предполагающий переход на унифицированные и международные стандарты на реализуемые продукты; 2) отмена либо унификация и согласование экспортных субсидий на продукцию; 3) политика сглаживания внутренней государственной поддержки зернового хозяйства и пр. С учетом нынешних экономических и политических реалий строится зерновая политика Казахстана на мировом агропродовольственном рынке.

Литература:

1. Мировой рынок зерна: основные производители и потребители [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://yariks.info/index.php?s=11&ps=72&psp=13>.
2. Мировой рынок пшеницы и кукурузы. Действующие лица. Кто они? [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.zerno-ua.com/?p=9534>.
3. Мировой рынок зависит от поставок зерна из Украины и Казахстана [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://news.mail.ru/inworld/kazakhstan/economics/19037272/?frommail=1>.
4. ЕБРР: мировой рынок зерна стал больше зависеть от поставок из Украины, Казахстана и РФ [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.unian.net/politics/881999-ebr-mirovoy-rynok-zerna-stal-bolshe-zaviset-ot-postavok-iz-ukrainy-i-kazahstana-i-rf.html>.
5. Прогноз развития мирового рынка зерна до 2021 г.: влияние внешних факторов на производство и экспорт зерновых Черноморского региона [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.oilworld.ru/file.php?id=3279>.
6. Стёжка А. Прогноз развития мирового рынка зерна до 2021 г.: влияние внешних факторов на производство и экспорт зерновых Черноморского региона / А. Стёжка [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.oilworld.ru/file.php?id=3279>.
7. Обзор мирового рынка зерна [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.e-cis.info/news.php?id=6393>.
8. Казахстан: Потенциальные возможности гектара – эксперт [Электронный ресурс]. – Режим доступа : http://www.kazakh-zerno.kz/index.php?option=com_content&task=view&id=89827&Itemid=109.
9. Программа создания и функционирования рынка зерна СНГ (Программа «Рынок зерна») // Межправительственный совет по вопросам АПК государств – участников СНГ. – М., 2001.
10. Совет по агропромышленной политике при Интеграционном комитете ЕвразЭС одобрил проект соглашения о рынке зерна [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://prime-tass.by/News/show.asp?id=99622>.
11. Чужой караван. Кому достанется доля Украины на зерновом рынке [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://lenta.ru/articles/2014/04/03/grain/>.
12. Концепция деятельности единого зернового холдинга [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://mgov.kz/wp-content/uploads/2013/09/Kontsepsiya-deyatel-nosti-Edinogo-zernovogo-holdinga-ot-03.06.2013-g.pdf>.
13. Закон РК «О государственном регулировании развития АПК и сельских территорий» [Электронный ресурс]. – Режим доступа : http://online.zakon.kz/document/?doc_id=30015652.
14. Программа по развитию агропромышленного комплекса в Республике Казахстан на 2013–2020 гг. (Агробизнес-2020). – Астана, 2012. – 97 с.
15. Концепция создания Евразийской товаропроводящей системы сельскохозяйственной продукции, сырья и продовольствия (проект). – М., 2007. – 58 с.
16. Васильева Е.В., Петрова И.В. Основные проблемы формирования инфраструктуры продовольственного рынка / Е.В. Васильева, И.В. Петрова // Экономика сельскохозяйственных и перерабатывающих предприятий. – 2011. – № 7. – С. 79–80.
17. Пошкус Б.И. Слабое звено в «ценовой цепи» / Б.И. Пошкус // Экономика сельскохозяйственных и перерабатывающих предприятий. – 2009. – № 2. – С. 13–16.
18. Перевозки всего казахстанского зерна обеспечит СП [Электронный ресурс]. – Режим доступа : http://kazakh-zerno.kz/index.php?option=com_content&view=article&id=84540:-l-r-l-r&catid=48:inter.
19. Интеграция стран СНГ и ее влияние на развитие аграрного сектора Казахстана / Т. Есполов, Ж. Сулейменов, А. Арынова // Актуальные проблемы экономики. – 2012. – № 11(137). – С. 321–330.
20. Технический регламент Таможенного союза «О безопасности зерна» (ТР ТС-015-2011) [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.eurasiancommission.org/ru/act/tehnreg/deptexreg/tr/Documents/TehReg%20TZ%20Zerno.Pdf>.
21. Таможенный союз Беларуси, Казахстана и России: состояние, проблемы, перспективы : [монография] / Под общ. ред. Б.К. Султанова. – Алматы : КИСИ при Президенте РК, 2009. – 368 с.

22. Калиев Г.А. АПК Казахстана: состояние, проблемы и перспективы развития : [монография] / Г.А. Калиев. – Алматы : КазНИИ экономики АПК и развития сельских территорий, 2013. – 363 с.
23. Кошанов А. Создание Таможенного союза единого экономического пространства – важный фактор мобилизации и увеличения экономических потенциалов стран-участниц / А. Кошанов // Общество и экономика. – 2012. – № 2.

Хан Ю.А. Зернова політика Казахстану в умовах євразійської інтеграції

Анотація. У статті розкрито основні проблеми розвитку зернового сектора Казахстану в умовах інтеграції держав Співдружності в Євразійський економічний союз (ЄАЕС); надано пропозиції щодо формування механізму реалізації спільної євразійської інтеграції на зерновому ринку. У дослідженнях обґрунтовано необхідність структурування зернового ринку шляхом створення Єдиного зернового холдингу в рамках ЄАЕС із метою стабілізації і регулювання внутрішнього ринку зерна.

Ключові слова: ринок зерна, Євразійський економічний союз (ЄАЕС), диверсифікація, спеціалізація регіонів, інтеграція; інфраструктура, логістика.

Khan Yu.A. Kazakhstan grain policy in terms of Eurasian integration

Summary. The article discusses main issues of grain sector development in Kazakhstan under terms of Commonwealth countries integration into the Eurasian Economic Union (EAEU); there were identified priorities of the uniform grain policy within the EAEU; provided proposals on the formation of implementation mechanism for joint Eurasian integration in the grain market. Researches have justified the necessity to structure grain market by creating uniform grain holding within the EAEU in order to stabilize and regulate internal grain market.

Keywords: grain market, Eurasian Economic Union (EAEU), diversification, regional specialization, integration, infrastructure, logistic.

Неботов П.Г.,

директор,

Державний науково-дослідний інститут
інформатизації та моделювання економіки**Новодережкін В.І.,**

заступник директора з наукової роботи,

Державний науково-дослідний інститут
інформатизації та моделювання економіки**Новодережкіна К.В.,**

радник директора,

Державний науково-дослідний інститут
інформатизації та моделювання економіки**Іванов Є.І.,**

провідний науковий співробітник,

Державний науково-дослідний інститут
інформатизації та моделювання економіки

РЕГУЛЮВАННЯ ВІТЧИЗНЯНОГО ЕКСПОРТУ БРУХТУ ЧОРНИХ МЕТАЛІВ: ОЦІНКА ВПЛИВУ НА РОЗВИТОК СЕКТОРІВ ЕКОНОМІКИ ТА ЗАГАЛЬНИЙ ДОБРОБУТ В УКРАЇНІ

Анотація. У статті розглянуто перспективи розвитку українського ринку брухту чорних металів та інших секторів економіки в контексті змін у тарифному регулюванні експорту металобрухту. Окреслено загальні проблеми металургійного сектора України, пов'язані зі скороченням обсягів внутрішньої заготівлі й зростанням обсягів експорту брухту чорних металів. Із використанням економіко-математичного моделювання в системі GTAP проаналізовано економічні наслідки від змін тарифних ставок на експорт брухту чорних металів з України.

Ключові слова: брухт чорних металів, вивізні мито, GTAP, економічний добробут, експорт, імпорт, внутрішнє виробництво.

Постановка проблеми. Впродовж останніх п'яти років в Україні спостерігається негативна динаміка обсягів внутрішньої заготівлі брухту чорних металів, тоді як його експорт стрімко зростає (рис. 1).

Так, протягом 2011–2015 рр. внутрішні поставки брухту чорних металів для потреб вітчизняних металургійних підприємств скоротились з 6,8 до 3,1 млн. т. Разом із цим обсяги його поставок на експорт зросли з 0,7 до 1,2 млн. т на рік. Динаміка поставок супроводжувалася значним зменшенням виплавки в Україні сталі – з 35 млн. т у 2011 р. до 23 млн. т у 2015 р.

Висока експортна орієнтованість металургійної промисловості України і обмежені інвестиції в оновлення основних фондів ведуть до скорочення її металофонду, що призводить до зменшення обсягу легкодоступного брухту і негативним чином віддзеркалюється на розмірах заготівлі. Проблема загострюється тим, що зберігається тенденція зменшення обсягів легкодоступного брухту, а інвестиції в обладнання для переробки крупного брухту здійснюються незначні. Як наслідок низької продуктивності галузі заготівлі брухту й різкого зростання експорту, дефіцитність брухту чорних металів в Україні у 2015 р. порівняно з попереднім роком збільшилася в чотири рази і становила 0,3–0,35 млн. т. За прогнозними оцінками ДП «Укрпро-

мзовнішекспертиза», у 2016 р. очікується подальше зростання дефіцитності – до 0,4–0,5 млн. т [2].

У відповідь на зазначені виклики 21 квітня 2016 р. Верховна Рада України ухвалила у другому читанні і в цілому проект Закону «Про внесення змін до деяких законів України щодо зменшення дефіциту брухту чорних металів на внутрішньому ринку з метою першочергового забезпечення потреб оборонної промисловості та відбудови об'єктів інфраструктури (№ 3868)», яким передбачається підвищення експортного мита на брухт чорних металів строком на три роки з існуючої ставки у 10 євро/т до 30 євро/т.

Перспектива введення в дію зазначених змін у вітчизняному режимі регулювання експорту металобрухту обумовлює актуальність використання методів економіко-математичного моделювання з метою надання прогностичної оцінки наслідків цих змін та визначення їх ефективності для подолання дефіцитності брухту чорних металів в Україні й досягнення інших цілей економічного характеру, передбачених у відповідному законопроекті.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженню особливостей розвитку українського ринку металобрухту та металургійної галузі в цілому присвячено наукові публікації



Рис. 1. Внутрішні поставки й експорт українського брухту чорних металів та виробництво сталі в Україні в 2011–2015 рр., млн. т [1]

низки вітчизняних учених-економістів, зокрема В.Л. Мазур [3], І.М. Кулик [4], Ю.І. Чентукова [5], Л.А. Горшкової [6; 7] та ін. Їх науковий доробок – вагомий внесок у формування теоретико-методологічних засад та практичних механізмів розвитку (у тому числі, зовнішньоторговельних) українського ринку металобрухту як складової частини національного гірничо-металургійного комплексу України.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Водночас недостатньо уваги приділено використанню методів економіко-математичного моделювання в галузі заготівлі брухту з метою обґрунтування доцільності запровадження в тих чи інших заходів зовнішньоторговельного регулювання (зокрема, тарифних мит на експорт). У поєднанні з необхідністю подолання новопосталих викликів перед металургійною галуззю вітчизняної економіки та надання об'єктивної оцінки обраним для цього на законодавчому рівні інструментам це обумовлює актуальність подальших досліджень у даній сфері.

Мета статті полягає в аналізі потенційних наслідків впливу від зміни Україною ставки експортного мита на брухт чорних металів на динаміку розвитку галузі заготівлі брухту і суміжних галузей вітчизняної економіки, а також на загальні тенденції її економічного добробуту.

Виклад основного матеріалу дослідження. Для досягнення поставленої мети було проведено економіко-математичне моделювання у системі GTAP, у ході якого розглянуто такі сценарії змін ставки експортних мит на брухт чорних металів в Україні:

Сценарій 1. Базовий сценарій, що відображає наслідки змін цінової ситуації та ставки експортного мита на металобрухт в Україні впродовж 2012–2015 рр.

Сценарій 2. Підняття ставки експортного мита на металобрухт в Україні до 35 євро/т відповідно до початкових положень проекту Закону № 3868.

Сценарій 3. Підняття ставки експортного мита на металобрухт в Україні до 20 євро/т.

Сценарій 4. Скорочення мита на експорт металобрухту з України до країн ЄС відповідно до положень Угоди про поглиблену та всеосяжну зону вільної торгівлі між ними.

Використовувався такий метод рішення, як метод Ейлера (три рішення, 2–4–6 кроків у рішенні, 98-відсотковий рівень точності рішення). Розглянуто вплив на такі показники, як динаміка ВВП, зміни в обсягах зовнішньої торгівлі, цінові коливання, зміни в обсягах виробництва та загальні зміни в економічному добробуті.

За результатами моделювання, відповідно до базового сценарію, відбулося зростання експортного мита на брухт

чорних металів в адвалерному еквіваленті у зв'язку з різким падінням експортних цін на нього впродовж 2012–2015 рр., що зробило внесок у падіння річного обсягу ВВП України на 0,281 млн. дол. США (рис. 2).

За умови підняття експортного мита до 35 євро/т відповідно до сценарію 2, очікується падіння ВВП обсягом 7,217 млн. дол. США. За сценарієм 3 зростання мита до 20 євро/т спричинить падіння ВВП на 3,734 млн. дол. Основними чинниками падіння ВВП за сценаріями 1–3 є зниження обсягів експорту та валових інвестицій у металургійний сектор. Утім, необхідно зауважити, що порівняно із загальними обсягами економіки України зазначені показники становлять дуже незначну частку, що не перевищує однієї соті відсотка її ВВП.

У разі продовження курсу на лібералізацію торгівлі з ЄС, що передбачає подальше зниження експортного мита на металобрухт для цих країн з 10 до 8 євро/т за (сценарій 4), очікується дуже незначний позитивний вплив на ВВП – зростання на 0,409 млн. дол. США, або близько 0,0002%.

Рівень внутрішніх цін на брухт чорних металів демонструє незначне падіння за сценаріями 1–3 та мінімальне зростання за сценарієм 4 (рис. 3).

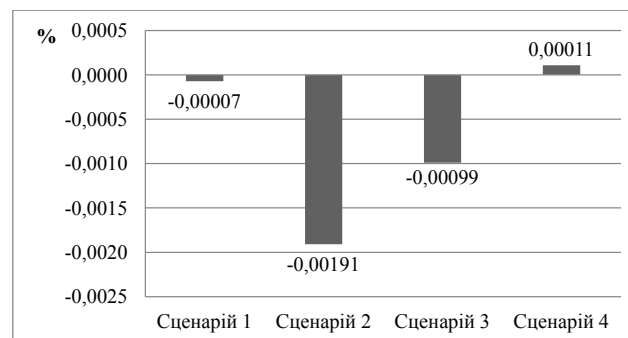


Рис. 3. Зміна внутрішніх цін на металобрухт за результатами моделювання, %

Джерело: розрахунки авторського колективу

Найбільше внутрішні ціни на брухт чорних металів упадуть відповідно до сценарію 2, за яким експортне мито зростає до 35 євро/т. Однак рівень цього падіння буде вкрай незначним – 0,00191%. Відповідно, за сценарієм 3 він становитиме 0,00099%, а за базовим сценарієм – 0,00007%. Лише в умовах сценарію 4, що передбачає подальшу лібералізацію торгівлі брухтом з ЄС, спостерігатиметься незначне зростання цін – на 0,00011%.

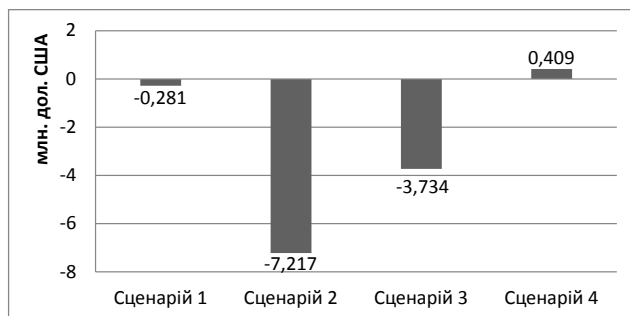


Рис. 2. Зміни реального ВВП України за результатами моделювання, млн. дол. США

Джерело: розрахунки авторського колективу

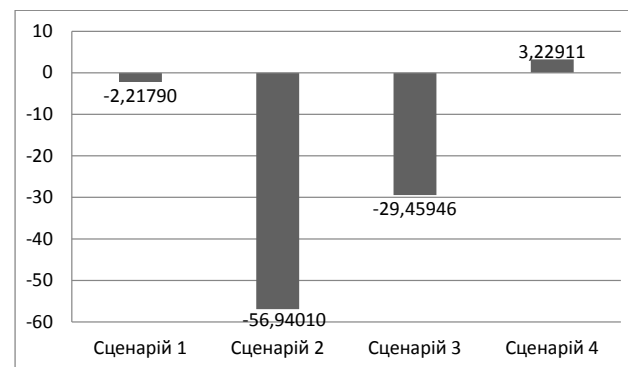


Рис. 4. Зміна реального експорту брухту чорних металів з України за результатами моделювання, %

Джерело: розрахунки авторського колективу

Динаміка зовнішньої торгівлі України за розглянутими сценаріями в цілому відповідатиме динаміці змін ВВП. Найбільшим буде падіння експорту металобрухту в разі дотримання Україною сценарію 2 – 56,94% (рис. 4).

Відповідно до базового сценарію, динаміка зміни експортного мита на металобрухт у період 2012–2015 рр. призвела до падіння експорту цієї продукції на 2,22%. Виконання умов сценарію 3 призведе до падіння експорту брухту чорних металів на 29,46%. У разі подальшої лібералізації торгівлі брухтом з ЄС його загальний експорт по Україні зросте на 3,23%.

Основною причиною значних обсягів падіння експорту є високий рівень коефіцієнту еластичності до заміщення між альтернативними джерелами імпорту металобрухту на світовому ринку (відповідне значення в моделі GTAP становить 7,5), що спричинятиме до мультиплікативного ефекту обмеження вітчизняного експорту цієї продукції за зростання вивізного мита з кожним відсотковим пунктом в адвалерному еквіваленті. І навпаки, незначне скорочення експортного мита на металобрухт для країн ЄС за сценарієм 4 призведе до помірного нарощення експорту брухту чорних металів з України.

Своєю чергою, результати моделювання не показали значної кореляції змін в експорті металобрухту та інших товарних груп (табл. 1).

За умови впровадження сценарію 2 найбільше зростання експорту очікується для інших видів вторинної сировини, і лише на 0,014%. Експорт чорних металів, виробів із них та іншої промислової продукції зростає в діапазоні 0,009–0,012%. Зростання експорту брухту за сценарієм 4 призведе до падіння експорту за іншими товарними групами на менше однієї соті процента.

Низький рівень кореляції між зменшенням експорту металобрухту та зростанням експорту готової продукції з нього обумовлюється методологічними особливостями побудови баз даних GTAP із використанням моделі міжгалузевого балансу (таблиць «витрати – випуск») за міжнародними стандартами. Необхідно звернути увагу, що наявність низки характерних рис функціонування вітчизняного металургійного комплексу (зокрема, високого рівня залежності обсягів експорту чорних металів і виробів із них насамперед від цінової кон'юнктури світових товарних ринків) значною мірою відповідає даним особливостям.

Що стосується змін імпорту, то вони будуть украй несуттєвими за всіма сценаріями. За сценарієм 2 передбачається падіння імпорту брухту чорних металів на 0,023%. За сценарієм 3 – на 0,012%. У разі реалізації сценарію 4 імпорт брухту зростає всього на 0,0013% (рис. 5).

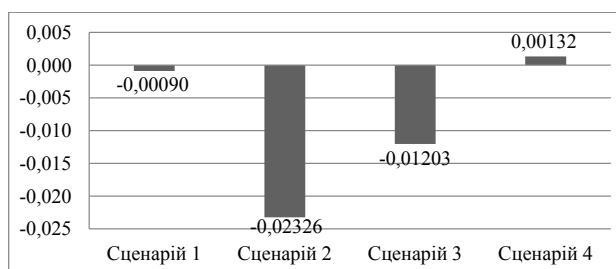


Рис. 5. Зміна реального імпорту брухту чорних металів в Україну за результатами моделювання, %

Джерело: розрахунки авторського колективу

Існує дві основні причини змодельованого розвитку подій. По-перше, у зв'язку з низьким рівнем кореляції між падінням експорту брухту і зростанням внутрішнього виробництва продукції з нього падіння експорту буде супроводжуватись відповідним падінням внутрішнього виробництва, про що йтиметься нижче. Відтак, основною причиною падіння імпорту стане зростання цін на нього.

По-друге, Україна посідає досить незначну частку на світовому ринку металобрухту, навіть в імпорті серед її основних покупців цієї продукції (зокрема, у 2015 р. частка українського металобрухту в імпорті Туреччини, до якої спрямовувалось 77% вітчизняних експортних поставок брухту, становила всього 5,1%), тому суттєве закриття вітчизняного ринку практично не вплине на динаміку світових, а отже, й імпортних цін на металобрухт для України. Результати моделювання показали мізерне зростання імпортних цін на металобрухт у разі реалізації сценаріїв 1–3. Вплив такого зростання цін імпортованого металобрухту на падіння реальних обсягів імпорту зміг сягнути хоча б сотих частин відсотка лише завдяки високому значенню коефіцієнта еластичності заміни імпорту продукцією вітчизняного виробництва (відповідне значення в моделі GTAP становить 3,5).

Серед інших секторів економіки найбільший вплив зміни вивізного мита на металобрухт матимуть на імпорт іншої вторинної сировини, будівельних послуг, чорних металів, виробів із них, а також іншої промислової продукції (табл. 2).

За умови реалізації сценарію 2 потреба в імпорті іншої вторинної сировини знизиться на 0,02%, імпорт будівельних послуг спаде на 0,014%, металів, виробів із них, а також іншої промислової продукції – на 0,009%. За іншими сценаріями коливання імпорту за всіма групами товарів і послуг будуть занадто незначними.

Таблиця 1

Зміни реального експорту України за групами товарів і послуг за результатами моделювання, %

Групи товарів і послуг	Сценарій 1	Сценарій 2	Сценарій 3	Сценарій 4
Брухт чорних металів	-2,21790	-56,94010	-29,45946	3,22911
Інша сировинна продукція вторинної переробки	0,00050	0,01400	0,00724	-0,00080
Меблі, іграшки та спортивні товари	0,00050	0,01401	0,00725	-0,00080
Чорні метали	0,00040	0,00908	0,00470	-0,00052
Вироби з металу	0,00050	0,01254	0,00649	-0,00071
Інша промислова продукція	0,00050	0,01241	0,00642	-0,00070
Будівельні послуги	0,00040	0,01149	0,00595	-0,00065
Транспортні та комунікаційні послуги	0,00030	0,00664	0,00344	-0,00038
Інші сектори економіки	0,00060	0,01437	0,00743	-0,00082

Джерело: розрахунки авторського колективу

Таблиця 2

Зміни реального імпорту в Україну за групами товарів і послуг за результатами моделювання, %

Групи товарів і послуг	Сценарій 1	Сценарій 2	Сценарій 3	Сценарій 4
Брухт чорних металів	-0,00090	-0,02326	-0,01203	0,00132
Інша сировинна продукція вторинної переробки	-0,00090	-0,02203	-0,01140	0,00125
Меблі, іграшки, спортивні товари	-0,00090	-0,02387	-0,01235	0,00136
Чорні метали	-0,00040	-0,00906	-0,00469	0,00051
Вироби з металу	-0,00040	-0,00928	-0,00480	0,00053
Інша промислова продукція	-0,00040	-0,00968	-0,00501	0,00055
Будівельні послуги	-0,00060	-0,01438	-0,00744	0,00082
Транспортні та комунікаційні послуги	-0,00030	-0,00724	-0,00375	0,00041
Інші сектори економіки	-0,00020	-0,00471	-0,00244	0,00027

Джерело: розрахунки авторського колективу

Таблиця 3

Зміни обсягів виробництва в Україні товарів і послуг за результатами моделювання, %

Групи товарів і послуг	Сценарій 1	Сценарій 2	Сценарій 3	Сценарій 4
Брухт чорних металів	-0,103000	-2,645266	-1,368598	0,150015
Інша сировинна продукція вторинної переробки	-0,004100	-0,106060	-0,054873	0,006014
Меблі, іграшки, спортивні товари	-0,004600	-0,117838	-0,060967	0,006682
Чорні метали	0,000200	0,004317	0,002233	-0,000245
Вироби з металу	0,000000	0,000043	0,000022	-0,000002
Інша промислова продукція	0,000200	0,005709	0,002954	-0,000324
Будівельні послуги	-0,000100	-0,001920	-0,000994	0,000109
Транспортні та комунікаційні послуги	0,000000	-0,000673	-0,000348	0,000038
Інші сектори економіки	0,000100	0,003075	0,001591	-0,000174

Джерело: розрахунки авторського колективу

Обмеження експорту брухту чорних металів з України призведе до падіння обсягів його внутрішньої заготівлі за сценарієм 2 на 2,65% і за сценарієм 3 – на 1,37% (рис. 6).

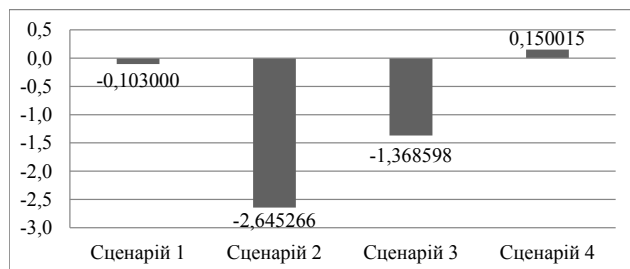


Рис. 6. Зміни обсягів заготівлі брухту чорних металів в Україні за результатами моделювання, %

Джерело: розрахунки авторського колективу

Результати моделювання вказують на те, що 97,3% всього падіння вітчизняного виробництва за відповідними сценаріями відбуватиметься у зв'язку зі зниженням обсягів експорту. Решта 2,7% цього падіння будуть викликані скороченням заготівлі брухту у зв'язку зі зниженням внутрішніх цін на нього.

У разі реалізації сценарію 4 очікується зростання на 0,15%. У даному випадку експортний чинник також залишається переважачим фактором змін обсягу внутрішнього виробництва, його вага становить 95,6%. Лише 4,4% із нарощених обсягів внутрішньої заготівлі брухту будуть спрямовані на задоволення зростаючих потреб вітчизняних виробників.

Таким чином, бажаного ефекту зростання внутрішнього виробництва продукції з вищою доданою вартістю серед тих

галузей, які використовують брухт як сировину (чорна металургія, вироби з металу), в умовах сценаріїв 2 і 3 не відбудеться (табл. 3).

Виробництво чорних металів за сценарієм 2 зросте всього на 0,004%, іншої промислової продукції – на 0,005%. Відповідно до сценарію 3, вищезазначені показники будуть удвічі меншими.

Аналіз наслідків для загального економічного добробуту України вказує на його зменшення в разі реалізації сценаріїв 2 і 3 (тобто в разі підняття експортних мит на брухт чорних металів, відповідно, до 35 чи 20 євро/т), тоді як за сценарієм 4 у добробуті України спостерігаються незначні позитивні зміни. Слід також зазначити, що за всіма сценаріями чинниками впливу на загальний добробут є перерозподіл ресурсів, зміни умов торгівлі, зміни обсягів інвестицій і заощаджень (табл. 4).

Таблиця 4

Зведений огляд економічних наслідків для України за результатами моделювання, млн. дол. США

	Ефективність розміщення ресурсів	Зміни умов торгівлі	Інвестиції – заощадження	Всього
Сценарій 1	-0,077	-0,071	-0,009	-0,156
Сценарій 2	-1,980	-1,820	-0,219	-4,010
Сценарій 3	-1,020	-0,941	-0,113	-2,080
Сценарій 4	0,112	0,103	0,012	0,227

Джерело: розрахунки авторського колективу

Сумарний негативний ефект для економічного добробуту України за сценарієм 2 сягатиме 4,01 млн. дол. США. З них найбільші втрати відбуватимуться через негативний ефект ефективності розміщення ресурсів

(-1,98 млн. дол. США) та погіршення умов торгівлі (-1,82 млн. дол. США). Інвестиції та заощадження зменшаться на 0,219 млн. дол. США.

Негативний ефект ефективності розміщення ресурсів у моделі GTAP відображає втрату добробуту через порушення ринкової рівноваги між сукупним попитом і сукупною пропозицією внаслідок дії заданої змінної. Найбільший внесок у загальний негативний ефект у цій сфері за сценарієм 2 матиме втручання у ринок металобрухту (-1,51 млн. дол. США).

Модель GTAP також дає змогу простежити ефективність розміщення ресурсів за податками внаслідок введення змінної. Так, за сценарієм 2 найбільший негативний внесок матиме скорочення експорту й, відповідно, недоотримання податкових надходжень із нього розміром 1,4 млн. дол. США. Відчутний від'ємний внесок у 0,361 млн. спостерігатиметься і за податками на споживання (для України це насамперед недонадходження ПДВ унаслідок падіння заготівлі брухту). Помітний також буде від'ємний внесок податків на імпорт унаслідок його падіння за сценарієм 2. Від'ємний внесок за іншими податками в загальний негативний ефект ефективності розміщення ресурсів буде незначним і коливатиметься в межах 0,016–0,034 млн. дол. США.

Що стосується змін умов торгівлі, то їх особливістю в моделі GTAP є розкладання загального ефекту умов торгівлі за цінами: світовими, експортними та імпортними. В умовах реалізації сценарію 2 найбільш істотним очікується негативний вплив від зниження експортних цін, тоді як наслідки динаміки світових та імпортних цін у разі реалізації сценарію 2 матимуть мізерний вплив на падіння добробуту від зміни умов торгівлі. Основний вплив ефект експортної ціни матиме на чорні метали (-0,287 млн. дол. США), іншу промислову продукцію (-0,250 млн. дол. США), транспортні та телекомунікаційні послуги (-0,348 млн. дол. США). Обумовлено це великою вартісною часткою зазначених товарних груп у сукупному експорті. Нульовий показник для брухту чорних металів обумовлений тим, що даний ефект враховує лише зміни відповідних цін унаслідок введення зовнішнього шоку, а не сам шок (тобто падіння обсягів експорту металобрухту саме внаслідок підняття вивізного мита до 35 євро/т у даному разі не враховується).

У разі реалізації сценарію 3 сумарний негативний ефект для економічного добробуту України становитиме 2,08 млн. дол. США, з них найбільші втрати також відбуватимуться через негативний ефект ефективності розміщення ресурсів (-1,02 млн. дол. США) та погіршення умов торгівлі (-0,94 млн. дол. США). Баланс «Інвестиції та заощадження» відображатиме негативний ефект у 0,113 млн. дол. США. Загалом, наслідки за всіма структурними елементами зазначених ефектів є аналогічними до сценарію 2, лише меншими за обсягами пропорційно до рівня зовнішнього шоку (підняття мита до 20, а не 35 євро/т).

За сценарієм 4 позитивний ефект для економічного добробуту України становитиме 0,227 млн. дол. США, з них 0,112 млн. завдяки ефективному перерозподілу ресурсів, 0,103 млн. – поліпшенню умов торгівлі і 0,012 млн. дол. – балансу «інвестиції – заощадження». Позитивний ефект від перерозподілу ресурсів відбудеться насамперед завдяки наближенню до рів-

новаги на ринку металобрухту (0,086 млн. дол. США). Розглядаючи даний ефект за податками, слід зазначити, що найбільш позитивний внесок відображається за податками на експорт (0,080 млн. дол. США) і податками на споживання (0,021 млн. дол. США). Поліпшення умов торгівлі відбуватиметься насамперед за такими групами товарів і послуг, як чорні метали (0,016 млн. дол. США), інша промислова продукція (0,014 млн. дол. США), транспортні та телекомунікаційні послуги (0,020 млн. дол. США).

У регіональному розрізі найбільших втрат у добробуті від реалізації сценаріїв 2 і 3, крім України, зазнає ще й Російська Федерація. Натомість найбільший позитивний ефект матимуть Китай та ЄС (табл. 5).

Таблиця 5
Регіональний розріз економічних наслідків для країн світу за результатами моделювання, млн. дол. США

Країни і регіони	Сценарій 1	Сценарій 2	Сценарій 3	Сценарій 4
Україна	-0,156	-4,010	-2,080	0,227
Росія	-0,003	-0,154	-0,053	0,005
Китай	0,014	0,377	0,192	-0,020
ЄС-28	0,021	0,335	0,238	-0,063
Решта країн	0,051	1,072	0,623	-0,057
Всього	-0,073	-2,380	-1,080	0,092

Джерело: розрахунки авторського колективу

Так, негативні економічні наслідки для РФ за сценарієм 2 оцінюються у 0,154 млн. дол. США, за сценарієм 3 – 0,053 млн. Позитивний ефект для Китаю становитиме 0,377 і 0,192 млн. дол. США відповідно; для ЄС – 0,206 і 0,155 млн. дол. США за сценаріями 2 і 3. Однак позитивний ефект для цих країн не перекине втрати України і РФ, тому загальносвітовий показник становитиме -2,38 млн. дол. США за сценарієм 2 і -1,08 млн. дол. США за сценарієм 3. У разі реалізації сценарію 4 спостерігаються зворотні тенденції як для України з РФ, так і для Китаю з ЄС. Загальносвітовий позитивний ефект для добробуту становитиме 0,092 млн. дол. США.

Висновки. Підвищення мита на експорт брухту чорних металів до 35 євро/т або 20 євро/т за розглянутими сценаріями в цілому негативно позначиться на економіці України і саме по собі не матиме достатнього позитивного впливу для тих галузей промисловості, які використовують металобрухт як сировину. Найбільш відчутним, відповідно до розглянутих сценаріїв, буде падіння обсягів експорту брухту – 56,94% (сценарій 2) та 29,46% (сценарій 3). Обсяги заготівлі брухту скоротяться на 2,64% (сценарій 2) та 1,36% (сценарій 3).

Як наслідок, не відбудеться й відчутного зростання обсягів виробництва чорних металів та виробів із них. За результатами обох сценаріїв воно становитиме менше однієї соті відсотка. Загальні зміни в економічному добробуті внаслідок підняття експортного мита на брухт чорних металів будуть не на користь України за рахунок негативного ефекту ефективності перерозподілу ресурсів, а також формування негативного сальдо балансу «інвестиції – заощадження» та негативних змін в умовах торгівлі.

Проте слід наголосити на тому, що зазначені негативні зміни в разі підняття експортних мит на металобрухт можуть бути послаблені чи усунені за умов використання державою

інших заходів підтримки та розвитку вітчизняного ринку металобрухту. Наприклад, створення привабливих умов для здійснення інвестицій в переробку металобрухту сприятиме позитивному перерозподілу ресурсів, у тому числі і трудових, що вивільняється із підвищенням ставок на експорт. Забезпечення прозорості закупівель металобрухту на внутрішньому ринку та надання першочергового доступу вітчизняним виробникам під час закупівлі брухту внутрішньої заготівлі перед іноземними також дасть змогу частково зменшити негативний ефект, що підтверджується розрахунками, адже проведені розрахунки не враховують стимулювання інвестицій в обладнання для переробки крупного брухту чи технічну зміну в процедурах внутрішньої торгівлі.

Реалізація сценарію 4 (подальше зменшення ставки експортного мита на металобрухт для країн ЄС до 8 євро/т відповідно до Угоди про асоціацію) призведе до зростання експорту брухту (на 3,23%) та обсягів його заготівлі (на 0,15%). Зміни в загальному економічному добробуті також будуть позитивними (+0,227 млн. дол. США).

Література:

1. Офіційний сайт інформаційного агентства «Метал-Кур'єр» [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://metalexpert-group.com/openquery>.
2. Заготівля брухту в Україні скоротилася до нового анти рекорду // УНІАН. Економіка [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://economics.unian.ua/industry/1253365-zagotivlya-bruhtu-v-ukrajini-skorotilasya-do-novogo-antirekordu.html>.
3. Мазур В.Л. Проблеми регулювання ринку брухту чорних металів в Україні / В.Л. Мазур, М.В. Тимошенко, С.В. Мазур // Економіка України. – 2014. – № 11. – С. 39–50.
4. Кулик І.М. Сучасний стан та основні фактори розвитку чорної металургії в Україні / І.М. Кулик // Бізнес Інформ. – 2012. – № 5. – С. 116–121.
5. Чентуков Ю.І. Розвиток чорної металургії України в умовах кризи / Ю.І. Чентуков // Економіка промисловості. – 2011. – № 4. – С. 82–86.
6. Горшкова Л.А. Механізми підвищення економічної безпеки чорної металургії : [монографія] / Л.А. Горшкова. – Запоріжжя : ЗНУ, 2012. – 417 с.

7. Горшкова Л.А. Стан та динаміка розвитку чорної металургії України та забезпечуючих її галузей / Л.А. Горшкова // Науковий вісник Академії муніципального управління. Серія «Економіка». – 2011. – Вип. 10. – С. 100–112.

Неботов П.Г., Новодережкін В.І., Новодережкіна Е.В., Іванов Е.І. Регулирование отечественного экспорта лома черных металлов: оценка влияния на развитие секторов экономики и общего благосостояния в Украине

Аннотация. В статье рассмотрены перспективы развития украинского рынка лома черных металлов и других секторов экономики в контексте изменений в тарифном регулировании экспорта металлолома. Определены общие проблемы металлургического сектора Украины, связанные с сокращением объемов внутренней заготовки и ростом объемов экспорта лома черных металлов. С использованием экономико-математического моделирования в системе GTAP проанализированы экономические последствия изменений тарифных ставок на экспорт лома черных металлов из Украины.

Ключевые слова: лом черных металлов, вывозная пошлина, GTAP, экономическое благосостояние, экспорт, импорт, внутреннее производство.

Nebotov P.G., Novoderezhkin V.I., Novoderezhkina K.V., Ivanov E.I. Ukraine's ferrous scrap exports regulation: evaluation of impact on economy development and general welfare

Summary. The article deals with prospects of Ukrainian ferrous scrap market and other economic sectors development in the context of changes in tariff regulation of ferrous scrap export. General problems of Ukraine's metallurgical industry related to the decline in ferrous scrap domestic procurements and the growth in its export are outlined. Using GTAP economic and mathematical modeling system, the economic effects of changes in Ukrainian ferrous scrap export tariffs are analyzed.

Keywords: ferrous scrap, export duty, GTAP, economic welfare, exports, imports, domestic production.

Петько С.М.,

аспірант кафедри міжнародного менеджменту,
Київський національний економічний університет
імені Вадима ГетьманаСТРАТЕГІЧНІ ОРІЄНТИРИ АМЕРИКАНСЬКИХ КОРПОРАЦІЙ
НА РИНКУ ФІНАНСОВИХ ПОСЛУГ

Анотація. Статтю присвячено дослідженню сутті та значенню стратегічних орієнтирів корпорацій на ринку фінансових послуг. Розглянуто стратегічні орієнтири американських корпорацій, які спеціалізуються у сфері фінансових послуг. Викладено компаративний аналіз стратегічних орієнтирів американських банківських корпорацій на ринку фінансових послуг.

Ключові слова: глобалізація, корпорація, США, ринок фінансових послуг, стратегічне бачення, організація.

Постановка завдання. У наш час стратегічні орієнтири корпорацій відіграють важливу роль в їх подальшій діяльності та лідерстві на глобальних ринках. Стратегічні орієнтири сучасних корпорацій розглядаються неодмінною рисою їхнього розвитку та еволюціонування на глобальних ринках їх спеціалізації. У статті розглянуто стратегічні орієнтири корпорацій, які спеціалізуються у сфері фінансових послуг, а саме американські транснаціональні банківські корпорації Bank of America, JP Morgan Chase, Wells Fargo та Citigroup. Чітко визначені та сформульовані стратегічні орієнтири цих корпорацій стали запорукою їх глобального лідерства, конкурентоздатності на глобальному ринку фінансових послуг, що простежується останніми роками.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Вивченням наукової проблематики стратегічних орієнтирів у процесі трансформації управління та функціонування корпорацій на глобальних ринках знайшло своє відображення у низці праць відомих та авторитетних фахівців-економістів, таких як: Є.Г. Панченко, Д.Г. Лук'яненко, Т.В. Кальченко, Л.В. Руденко-Сударева, В.О. Співак, І.Б. Гурков, О.І. Пушкар, М.В. Бгашев, Г.Н. Константинов, Ю.М. Лапигін, М.С. Старікова, А.Дж. Стрікланд, А.А. Томпсон, Г. Мінцберг, Дж. Коллінс, Дж. Порас та ін.

Виклад основного матеріалу дослідження. Глобальні корпорації вважаються основними господарюючими суб'єктами в сучасній глобальній економіці, діяльність яких полягає у збільшенні їхньої ролі у світовому виробництві, торгівлі, фінансах, але водночас вони повинні підлаштовуватися до змін, які відбуваються останніми роками в глобальній економіці.

Зазначають, що глобальні корпорації вичерпали свої резерви конкурентоздатності за рахунок таких внутрішніх факторів, як зниження собівартості та підвищення якості відносно традиційних товарів. Причому на сучасних глобальних ринках стають лідерами такі корпорації, які вміють використовувати переваги глобалізації у своїх операціях. Тобто першочергово глобальні корпорації ставлять на головне місце розробку глобальної стратегії їхньої діяльності та їхніх стратегічних орієнтирів, з огляду на те, що тут криється головне джерело їх конкурентних переваг та прибутковості [3, с. 67].

Корпорації, які впроваджують нові стратегії розвитку у свою діяльність, перебувають на лідерських позиціях у глобальних рейтингах, а ті корпорації, що відстають у цій області змін, утрачають свої позиції та намагаються якнайшвидше перебудуватися та прилаштуватися до нових умов у середовищі.

Незважаючи на поширеність централізації влади у прийнятті стратегічних рішень, треба усвідомлювати, що можливості топ-менеджменту в реалізації визначених стратегічних орієнтирів корпорацій значно обмежені, ніж можливості затвердження стратегічних планів. У сучасних корпораціях стратегічні орієнтири визначаються спрямованістю на забезпечення стійкого положення як на ринковій арені (з точки зору конкурентів та споживачів), так і на внутрішній арені (з точки зору акціонерів та працівників).

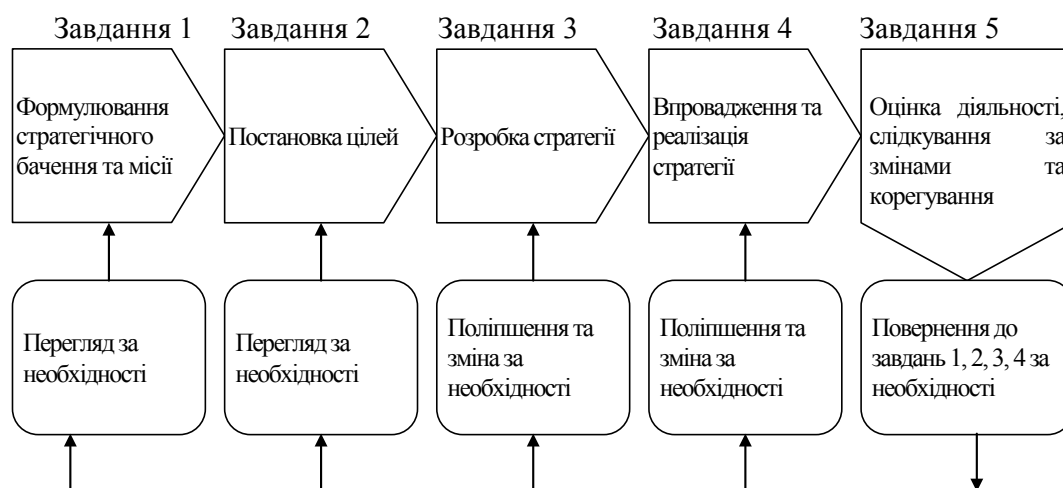


Рис. 1. Головні завдання стратегічного менеджменту [7, с. 35]

Тому вибір стратегічних орієнтирів часто перетворюється в суб'єктивний процес відстоювання своїх інтересів різними зацікавленими групами осіб усередині корпорації. Завдяки процесам глобалізації дії стосовно формування стратегічних орієнтирів у корпораціях базуються на врахуванні цінностей системи всіх пов'язаних мережевими відносинами підприємств та підрозділів. Процес визначення стратегічних орієнтирів зводиться не лише до управлінських дій стосовно вибору траєкторії розвитку організації в часі, але й до визначення зв'язків, які мають значення для зростання, конкурентоздатності корпорації [6, с. 439].

Характеризуючи стратегії корпорацій, представимо процес розробки та реалізації стратегії корпорації, що складається з п'яти взаємопов'язаних управлінських завдань: 1) формування стратегічного бачення майбутнього корпорації, 2) постановка цілей, 3) розробка стратегії, 4) реалізація стратегії, 5) оцінка результатів та коригування стратегічного бачення, глобальних цілей, стратегії її реалізації з урахуванням набутого досвіду, появи нових ідей та можливостей [7, с. 35], що подано на рис. 1.

Відповідно до підходу І.Б. Гуркова [2, с. 43], найвищим рівнем стратегічних орієнтирів корпорації виступає «стратегічне бачення», тобто загальні орієнтири корпорації по відношенню своїх майбутніх дій. За «стратегічним баченням» науковець виділяє загальні цілі, які виражаються якісними характеристиками майбутнього стану організації та кількісними параметрами, які описують її бажаний стан. Автор зазначає, що найбільш поширені стратегічні орієнтири корпорацій на глобальних ринках полягають у зміцненні своїх позицій на глобальному ринку, підвищенні конкурентоздатності, залучення до виробництва товарів та послуг висококваліфікованих спеціалістів, впровадженні інноваційних технологій. Загальний алгоритм розробки стратегічних орієнтирів корпорації нами показано на таблиці 1.

Запропонований підхід дає змогу стверджувати, що стратегічне бачення тісно пов'язане з місією організації, але це не одне й те ж саме. Окреслені поняття важливі для визначення майбутнього організації та шляхів його досягнення. Чітко сформульоване стратегічне бачення виступає необхідною передумовою стійкого стратегічного лідерства. Стратегічне бачення необхідне для ефективного керівництва та прийняття відповідальних рішень, орієнтує корпорацію на майбутнє, визначає

пріоритетні потреби споживачів та види діяльності, довгострокову конкурентну позицію корпорації. Стратегічні орієнтири в корпорації починаються з пошуку відповідей на такі питання: «Куди корпорація має прямувати?», «Як зміниться ситуація в галузі в найближчому майбутньому?», «Як ця зміна відобразиться на стані корпорації в цілому?» [1, с. 18].

Отже, значення стратегічного бачення для корпорації полягає в такому: 1) стратегічне бачення надає сенс праці; 2) стає засобом мотивації працівників; 3) об'єднує діяльність багатьох в одному напрямку діяльності. Стратегічне бачення не виокремлює бажання отримати прибуток, а об'єднує індивідуальні ідеали, забезпечує спадкоємність наступних цілей корпорації, а також допомагає розробити критерії їх досягнення. У стратегічного бачення немає фінішної межі, воно створює імпульс для постійного прогресу в корпорації [5, с. 82].

Також стратегічне бачення корпорації пов'язане з визначенням її місії та цілей, що в сукупності представляє собою один з етапів стратегічного управління та складається з чотирьох підпроцесів. *Перший* полягає в чіткому визначенні стратегічного бачення корпорації; *другий* – у формуванні місії корпорації, *третій* – визначає довгострокові цілі, *четвертий* – встановлює короткострокові цілі.

Метою визначення місії корпорації виступає дослідження сутності її «філософії існування», що, своєю чергою, надає широкий набір напрямів стосовно визначень її цілей.

Місія корпорації представлена у вигляді окремих тверджень («кодексом» організації), що визначають її економічну, соціальну та управлінську «філософію», економічні критерії прибутковості, виробничої діяльності та якості товарів та послуг, стилю поведінки всередині організації. Існує широке та вузьке розуміння місії корпорації. У широкому розумінні місія – це філософія та призначення, сенс існування організації. У вузькому – це чітко сформульоване твердження відносно того, з приводу чого або для чого взагалі існує та функціонує дана корпорація, з огляду розуміння місії як твердження, що розкриває сутність її існування, в якому виявляється її відмінність від інших [1, с. 20].

У контексті сказаного слід зазначити, що місія корпорації складається з таких основних складників: 1) визначення області конкуренції; 2) стратегічне бачення; 3) компетентність персоналу; 4) конкурентні переваги; 5) основні зацікавлені групи (стейкхолдери).

Таблиця 1

Загальний алгоритм розробки стратегічних орієнтирів корпорації

Етапи	Зміст етапу
Етап 1	Визначення провідних пріоритетів менеджменту корпорації
Етап 2	Позиціонування поточного стану основних стейкхолдерів відносно корпорації – визначення їх відносно потужності та активності
Етап 3	Перспективний аналіз положення стейкхолдерів відносно корпорації – виявлення факторів, які ведуть до послаблення або до посилення активності окремих стейкхолдерів
Етап 4	Кінцеве виявлення ключових стейкхолдерів у поточному та майбутньому періодах, чиїм інтересам повинні відповідати стратегічні орієнтації корпорації
Етап 5	Визначення специфічних інтересів та очікувань «ключових гравців» та прогнозування ступеню стійкості їхніх інтересів
Етап 6	Позиціонування результативності компанії відносно інтересів ключових гравців і виявлення поточних та майбутніх критичних невідповідностей
Етап 7	Підсумовування виявлених «критичних невідповідностей» та виявлення їх взаємозв'язків
Етап 8	Підсумкове формулювання корпоративних цілей як одночасне або поетапне позбавлення від «критичних невідповідностей»

Джерело: побудовано автором на основі даних [2, с. 66–67]

Визначення області конкуренції являє собою галузевий напрям, який містить перелік сфер діяльності, в яких збирається функціонувати корпорація. Споживчий напрям визначає коло клієнтів, яких буде обслуговувати корпорація. Географічний напрям характеризує країни та регіони, де могла б функціонувати корпорація.

Стратегічне бачення передбачає визначення тих ключових показників, які намагається досягнути корпорація в майбутньому. Зазвичай це формулюється так: «Ми прагнемо до ...», тобто стратегічне бачення може описувати кількісні та якісні показники, які визначають основні напрями розвитку корпорації. Причому стратегічне бачення дає змогу суб'єктам зовнішнього середовища оцінити наміри корпорації стосовно подальших дій на ринку.

Своєю чергою, у постановці цілей повинні приймати участь усі менеджери корпорації. Кожен підрозділ корпорації потребує виокремлення конкретних цілей, виконання яких сприяє досягненню глобальних цілей корпорації. У корпорації необхідно створювати атмосферу всезагальної орієнтації на результат. Для цього загальні цілі корпорації конкретизуються для кожного окремого підрозділу, а відповідальність за їх досягнення несуть менеджери всіх рівнів. Зазначене може стати неможливим за умови існування хоча б незначного непорозуміння відносно виконання поставлених задач. В ідеалі створюється єдине колективне зусилля, коли кожен підрозділ організації прагне досягнути цілі в своїй сфері діяльності, що сприяє вирішенню глобальних цілей корпорації та реалізації її стратегічного бачення та окреслених стратегічних орієнтирів у діяльності корпорації на глобальних ринках.

У масштабах усієї корпорації застосовуються зазвичай два типи оцінки роботи – фінансові та стратегічні результати, причому вирішальна роль відводиться першим. Реалізація стратегічного бачення без достатнього рівня прибутковості ставить під загрозу благополуччя і взагалі саме існування корпорації. Ні інвестори, ні акціонери не будуть укладати свої фінансові ресурси у збиткову організацію. Попри всю важливість фінансових показників тільки їх недостатньо. Менеджери повинні уважно стежити за стратегічним становищем корпорації: її конкурентоздатністю та галузевим позиціонуванням у довгостроковій перспективі. Якщо корпорація не підвищує свою конкурентоздатність і не зміцнює свій стан на ринку, то її досягнення та фінансова стабільність є досить хиткими [7, с. 38–39].

Зауважимо, що основні зацікавлені групи (стейкхолдери) розглядаються як складова частина місії організації, яка полягає в тому, що місія визначає групи осіб та організацій, співробітництво з якими сприяє її процвітання, встановлює їх вимоги та формує пріоритети роботи менеджерів [1, с. 20–21].

Висловлюючи сенс існування організації, місія водночас є інструментом комунікацій корпорації із зовнішньою середою та із власним персоналом. У цьому плані вона містить чотири основні складові елементи. Наведемо їх:

1) Орієнтація «продукт – ринок – технологія»: який базовий продукт випускає корпорація; на які ринки він орієнтований; основні споживачі продукту; основні технології, що використовуються для його виробництва.

2) Цілі корпорації: на що орієнтована корпорація (лідерство на ринку); ставлення корпорації до ризиків; розподіл ресурсів у корпорації.

3) Філософія корпорації: основні цінності, що проголошує корпорація; кодекс поведінки корпорації; підходи до лідерства та прийняття рішень у корпорації; взаємодія корпорації з клієн-

тами та зовнішнім середовищем; розуміння корпорацією соціальної відповідальності.

4) Імідж корпорації: намагання корпорації вибудовування свого іміджу в очах клієнтів, інвесторів, партнерів та соціуму в цілому [4, с. 79–80].

Зрозуміло, що відповіді на ці запитання дають змогу більш впевнено погоджувати інтереси усередині корпорації та будувати для неї нові стратегічні орієнтири.

Названі вище елементи дають змогу перейти від загального формулювання місії до конкретних планів роботи. З метою розв'язання цього питання треба визначити конкретні цілі організації. Під цілями розуміються конкретні результати стратегічного бачення. Цілі організації використовуються як критерій для оцінки можливих успіхів у реалізації тієї чи іншої стратегії.

Із теорії організацій відомо, що кожна організація – це цільова спільнота осіб, але ціль не повинна розумітися спрощено. Тобто йдеться про цільову структуру, яка складається як мінімум із трьох груп цілей, які представляють собою організаційну єдність, але ефективність досягнення цілей цих груп є різною в умовах різних структур [5, с. 86–87].

Головними групами осіб, цілепокладання яких впливає на діяльність корпорації, виступають її власники, працівники, споживачі товарів та послуг організації, партнери організації. Найбільший вплив на досягнення цілей корпорації мають інтереси її власників, працівників та споживачів товарів та послуг організації.

Спроби вчених класифікувати цілі корпорації призводять до того, що в одному випадку розглядається цільова картина в таких чотирьох вимірах, а саме економічному, кількісному, якісному та з точки зору розвитку організації в цілому. У другому випадку цілі організації представляються у виді переліку цілей: неоекономічних (соціальних), економічних (якісних та кількісних показників діяльності), тимчасових (короткострокових, довгострокових). У третьому – виділяється ключове положення організації, у межах якого виокремлюються цілі: позиціонування на ринку (позиція стосовно конкурентів); інновації в технології, методах організації праці; виробництво за менших витрат; ресурсна база та майбутня потреба в них; прибутковість (кількісний рівень необхідної прибутковості); управлінські аспекти; соціальна відповідальність; персонал (цілі повинні відображати мотиваційний напрям усього персоналу організації) [5, с. 87].

Своєю чергою, для визначення критерію якості цілей використовуються такі показники: конкретність (чим конкретніше, тим легше оцінити досягнення цілі); напруженість (підвищує мотивацію); вимірність; порівняність (цілі конфігураторів та ієрархічна порівняність); гнучкість можливого коригування стратегії.

Відповідно до підходу І.Б. Гуркова, система погодження інтересів для розробки стратегічних орієнтирів корпорації не може створюватися одноразово. Існує чотири базових механізми координації інтересів менеджменту та стейкхолдерів: стандартизація норм взаємовідносин; створення спеціалізованих інститутів узгодження у складі корпорації; судово-практична практика вирішення протиріч; позасудова практика вирішення протиріч [2, с. 61].

Стандартизація норм взаємовідносин останнім часом отримала широке поширення, серед яких виокремлено: 1) стандарти взаємовідносин з акціонерами (стандарти корпоративного управління), 2) стандарти взаємовідносин із споживачами

(стандарти якості, методики ISO, DIN), 3) стандарти взаємовідносин із робітниками (стандарт соціальної відповідальності SA 8000).

Спеціалізовані внутрішньокорпоративні інститути узгодження інтересів набули найбільшого поширення в Німеччині. Згідно з німецьким законодавством, будь-яка компанія, в якій працює більше 500 робітників, повинна створити Наглядову раду, яка складається з менеджменту компанії, акціонерів, працівників, кредиторів, а також її компетенцією розглядається схвалення планів реструктуризації компанії, зміни стратегії та інші важливі питання.

Судова практика вирішення протиріч між менеджментом корпорації та стейкхолдерами набула значного поширення майже в усіх розвинутих країнах, особливо у США та Великобританії. У цій системі кожне рішення суду по тому чи іншому питанню стосовно взаємовідносин корпорації зі стейкхолдерами створює прецедент, який використовується для подальших рішень щодо вихідних питань. Така судова практика активно сприяє стандартизації взаємовідносин.

Практика досудового вирішення конфліктів «господарючих суб'єктів» існує протягом тривалого часу. По мірі накопичення досвіду взаємодії корпорацій зі стейкхолдерами виникає перехід взаємовідносин у правове поле, але в будь-якій системі залишається місце для досудових дій [2, с. 61–64].

Під час стратегічного управління слід пам'ятати про «ієрархічну структуру стратегії», сутність якої полягає в такому: на вищому рівні управління вважається засобом досягнення будь-яких цілей, а на більш низьких рівнях – виступає ціллю. Із цього випливає, що стратегія, розроблена для організації в цілому, виступає в якості цілі відносно структурних підрозділів організації. На основі вказаної цілі розробляються функціональні стратегії структурних підрозділів, які, своєю чергою, виступають цілями окремих, менших, підрозділів організації та її поодиноких співробітників [5, с. 87].

У контексті зазначеного слід урахувати, що стратегічне бачення та місія відіграють важливу роль у розвитку корпорації, але вони не можуть функціонувати окремо, самі по собі. Для цього необхідний лідер або група лідерів, які зможуть бачити майбутні орієнтири для корпорації. Успішний лідер

повинен мати хороші навички стосовно праці у перспективі. Насамперед сюди можна віднести вміння створювати особисте бачення майбутнього, бачення майбутнього корпорації та здатність створити бачення майбутнього корпорації привабливим не тільки для ключових співробітників, але й для всього персоналу. Лідер повинен всіляко заохочувати персонал корпорації, домагаючись того, щоб бачення майбутнього, створене лідером, стало основою для побудови особистого бачення майбутнього її ключовими співробітниками. Приклади формулювання стратегічного бачення та місії фінансових банківських корпорацій наведені в табл. 2.

Утім, стратегічне бачення та місія корпорації не можуть існувати без взаємозв'язку із принципами або цінностями діяльності корпорації. Стратегічне бачення, місія, лідерство, цілі та цінності корпорації повинні знаходитися в гармонії між собою. Якщо в корпорації не буде гармонії, то і не існуватиме її цілісність, тобто в такій організації не спостерігатиметься розвиток та стратегічне бачення майбутнього її функціонування.

Отже, піддавши аналізу табл. 2, можна зробити висновок, що всі представлені вище американські фінансові корпорації мають у своїх діях багато спільного, а в довгостроковому своєму баченні вони прагнуть: 1) розвиватися в глобальних масштабах; 2) проводити закордонну експансію на нових ринках; 3) не відставати від інноваційних компонентів у глобальній індустрії фінансових послуг; 4) бути конкурентоспроможними суб'єктами на ГРФП; 5) надавати якісні фінансові послуги суб'єктам глобального бізнесу на усіх континентах світу. Окреслені риси притаманні тим гравцям, які стали глобальними фінансовими лідерами у тій чи іншій індустрії глобальної економіки.

Таким чином, маючи відносно достовірну інформацію стосовно діяльності американських фінансових корпорацій, можна стверджувати, що вони протягом багаторічної історії свого розвитку, найкращим чином використовували процеси глобалізації для себе, активно поширюючи свою діяльність поза межі країни-базування (США), тому сьогодні їхні підрозділи можна зустріти в кожній країні світу. Будь-яка корпорація прагне функціонувати на глобальному рівні, а глобальний рівень – це найбільше досягнення корпорації за весь час її існування.

Таблиця 2

Приклади стратегічного бачення та місії американських банківських корпорацій (ТНБ)

№	Стратегічне бачення та місія
1.	Bank of America. «Ми працюємо для того, щоб побудувати такі взаємовідносини, які допоможуть зробити ваше фінансове життя кращим», – Браян Мойніхен, генеральний директор <i>Bank of America</i>. Наше стратегічне бачення та місія. «Ми бачимо нашу компанію в лідерах глобальної індустрії фінансових послуг. Мільйони наших клієнтів у різних кінцях світу – це мільярди доларів прибутку від надання фінансових послуг. Наша місія цілком зрозуміла. Ми працюємо для покращання фінансового життя тих, хто веде з нами свої справи. Ми прислуховуємося до наших споживачів, щоб задовольнити їхні фінансові потреби на високому рівні. Протягом останніх трьох років ми зміцнили наші позиції, і тепер ми маємо рекордний рівень капіталу та ліквідності. Ми вирішили багато питань, які виникли в результаті економічного спаду та які впливали на потенційний розвиток нашої компанії в майбутньому. Ми звулили нашу увагу, щоб зосередитися безпосередньо на нашому бізнесі, який направлений на обслуговування трьох основних наших груп клієнтів – інституційних інвесторів, компаній та самого населення. Завдяки нашим здібностям ми можемо реалізувати фінансові цілі та потреби наших клієнтів набагато краще, чим це зробить будь-яка інша компанія в цій сфері. Наша діяльність полягає в наданні послуг різним суб'єктам бізнесу. Так, для звичайних людей ми надаємо наші послуги, вивчаючи цільове призначення нашої фінансової допомоги. Для компаній ми забезпечуємо фінансові та консультативні потреби наших комерційних та інвестиційних клієнтів по всьому світу. Для інституційних інвесторів ми забезпечуємо нашим клієнтам їхні збутові та торговельні можливості, науково-дослідні експертизи у більш ніж 100 країнах. Завдяки нашій філантропії та волонтерству Банк Америки витрачає свої фінансові ресурси, час та енергію на допомогу бідним людям у тих країнах, в яких ми здійснюємо нашу діяльність».

2.	Citigroup. «Рух уперед оснований на минулому та надихається майбутнім», – Макл О'Нілл – генеральний директор компанії <i>Citigroup</i>. Наше стратегічне бачення та місія. «Майбутній розвиток нашої компанії повинен проводитися на глобальному рівні; ми повинні гідно конкурувати на глобальному ринку фінансових послуг; відкривати наші підрозділи у нових країнах; завдяки високій якості наших послуг та їхнього широкого асортименту ми повинні залучати якнайбільше нових клієнтів до нашої мережі». Місія компанії полягає в «постійному обслуговуванні, надійному партнерстві, наданні високоякісних фінансових послуг нашим клієнтам, що забезпечує зростання та економічний прогрес у нашій країні». «Наша основна діяльність полягає у: гарантуванні активів наших клієнтів; видачі різного виду позик; здійсненні платежів та доступу на ринки капіталу від імені наших клієнтів. Ми маємо більш ніж 200-річний світовий досвід допомоги нашим клієнтам у складну для них фінансову годину. Наша глобальна фінансова компанія є фінансовим інститутом, який об'єднує мільйони людей через сотні країн та міст. Ми захищаємо заощадження людей та допомагаємо їм здійснювати нові угоди – від повсякденних дрібних угод до купівлі їхнього власного житла. Місія наша полягає в повсякденному покращанні якості життя наших клієнтів. Ми радімо людям, як раціонально вкладати їхні гроші для майбутніх потреб: майбутнє навчання їхніх дітей у вищих навчальних закладах країни, їхнього власного виходу на пенсію, а також допомога в придбанні прибуткових цінних паперів. Завдяки цим можливостям ми повинні діяти відповідально, робити все можливе, щоб досягати найкращих результатів у майбутньому, правильно управляти ризиками, які виникають під час нашої діяльності. Якщо ми не зможемо досягти наших запланованих результатів, ми будемо проводити аналіз нашої всієї діяльності та виявляти помилки, які ми зробили».
3.	Wells Fargo. «Все, що ми робимо, робиться завдяки вашій довірі. Довіра заробляється не лише завдяки одній транзакції, одного робочого дня, однієї робочої години. Вона заробляється поступово, відносини за відносинами. Мова йде про створення довгострокових відносин між постачальником та споживачем нашого продукту», – Джон Стампф, генеральний директор <i>Wells Fargo</i>. Наше стратегічне бачення та місія. «Ми прагнемо задовольнити фінансові потреби наших клієнтів та допомогти їм добитися успіху у фінансовому плані. Наше бачення фінансового успіху наших клієнтів ґрунтується на простій умові: ми віримо в те, що наші клієнти паралельно з усіма бізнес-сегментами зможуть краще обслуговуватися та зберегти свої гроші та час, якщо вони звернуться зі своїми потребами (у фінансових послугах) до постачальника, якого вони добре знають та якому можна довіритися; постачальнику, який забезпечує надійне управління та консультації; постачальнику, який може обслуговувати повний спектр їхніх фінансових потреб через широкий вибір його продуктів та послуг. Багато компаній розробляють набір базових цінностей, але мало тих, які приділяють таку увагу стратегічному баченню, як наша компанія <i>Wells Fargo</i>. Ще менше компаній спираються та лишаются вірними своїм основним принципам роботи. Ми зберегли вірність нашому стратегічному баченню протягом двох десятиліть нашої роботи. За ці два десятиліття багато чого змінилося. Ми були свідками технологічного, комунікаційного прогресу. Ми не могли уявити все це собі декілька років тому. Ми бачили, як зростало населення США, побачили, як глобалізація торкнулася майже всіх аспектів нашого життя. Ми бачили періоди економічного зростання країни та періоди економічного занепаду, яких не було з часів Великої Депресії. Ми бачили колапс головних фінансових інститутів нашої країни, нові хвилі розвитку в різних галузях та сферах економіки нашої країни. Через всі ці прізми ми побачили, якої зміни набули інтереси та потреби наших акціонерів та споживачів і як швидко ми адаптувалися під ці зміни. Наш прогрес не був досконалим. Очікування інших та навіть наше високе очікування від нашої діяльності не завжди співпадали в реаліях. Коли ми робили помилки, ми визнавали їх, ми вчилися на них, і ми продовжуємо рухатися вперед ще з більш глибокою відданістю та розумінням того, що ми все робимо правильно. Сьогодні ми віримо в наше стратегічне бачення та цінності так сильно, як це було в перший раз, коли ми висвітлили їх на папері. Ми лишаємося вірним нашим принципам роботи, тому що вони будуть вести нас до подальшого зростання та успіху на багато десятиліть вперед».
4.	JP Morgan Chase. «Сила та авторитет нашої компанії дозволила завжди бути з нашими клієнтами та партнерами – у добрі часи та часи скрути. Ця сила дала нам можливість постійно вкладати наші зусилля, авторитет, знання у ведення нашого бізнесу на роки вперед», – Джеймс Даймон, генеральний директор <i>JP Morgan Chase</i>. Наше стратегічне бачення та місія. «Стратегічне бачення ведення бізнесу нашої компанії полягає у винятковому обслуговуванні наших клієнтів; в операційних перевагах компанії; у схильності нашої компанії до відповідальності, цілісності та справедливості у її діяльності; у створенні команди лідерів та філософії переможців. Враховуючи масштаб змін та число тих викликів, перед якими зіштовхнулася наша компанія за останні декілька років, ми віримо в те, що ми зможемо їх використати для створення нового стратегічного бачення нашої компанії, стосовно того, як ми повинні вести свій бізнес і що ми повинні зробити для того, щоб поліпшити нашу діяльність в майбутньому розвитку. Усі наші дії повинні бути далекоглядними, спираючись на те, що ми вивчили під час наших стратегічних помилок у нашій діяльності. Самоаналіз є дуже важливою складовою структури нашої компанії. Схильність нашої компанії до цілісності, чесності та відповідальності надає нам сили для того, щоб ми вирішували проблеми нашої компанії на всіх рівнях її розвитку. Ми наймаємо та утримуємо висококваліфікований управлінський склад, ми підвищуємо та навчаємо наших працівників на кожній стадії їхньої професійної кар'єри в нашій компанії, ми будемо нашу роботу на моральних принципах, ми аналізуємо зроблені помилки з нашим персоналом, кожен працівник нашої компанії має прагнути стати лідером – усе це робиться для того, щоб наша компанія залишалася конкурентоздатною та займала вищі шаблі у світових рейтингах. Фінансові послуги, які ми надаємо нашим клієнтам, – це тільки невелика частина того, що прагне створити наша компанія. Оскільки ми є глобальним фінансовим інститутом, ми маємо можливість внести свій особистий вклад у функціонування глобальної фінансової системи, забезпечити прибутки нашим акціонерам, належно обслуговувати наших клієнтів та інститути, з якими ми співпрацюємо на глобальному рівні.

Джерело: побудовано на основі [8–11]

Література:

1. Бгашев М.В. Стратегический менеджмент : [учеб. пособ.] / М.В. Бгашев. – Саратов : Изд-во Саратов. ун-та, 2012. – 181 с.
2. Гурков И.Б. Стратегия и структура корпорации : [учеб. пособ.] / И.Б. Гурков ; 2-е изд., перераб. – М. : Дело, АНХ, 2008. – 288 с.
3. Думная Н.Н. ТНК: слухи о смерти сильно преувеличены / Н.Н. Думная // Вестник Финансового университета, 1997. – № 1 [Электронный ресурс]. – Режим доступа :
4. URL : <http://cyberleninka.ru/article/n/tnk-sluhi-o-smerti-silno-preuvelicheny>.
5. Константинов Г.Н. Стратегический менеджмент. Концепции : [учеб. пособ.] / Г.Н. Константинов. – М. : Бизнес Элайнмент, 2009. – 239 с.
6. Лапыгин Ю.Н. Стратегический менеджмент: [учеб. пособ.] / Ю.Н. Лапыгин. – М. : ИНФРА-М, 2007. – 236 с.
7. Старикова М.С. Стратегические ориентиры корпораций в условиях глобализации экономики / М.С. Старикова // Современные проблемы социально-экономического развития России : материалы междунар. науч.-практ. конф. (Белгород, 2 марта 2012 г.) ; ИПК НИУ БелГУ ; науч. ред. Е.Н. Камышанченко, Ю.Л. Растопчина. – Белгород, 2012. – С. 438–439.
8. Стрикленд А.Дж., Томпсон А.А. Стратегический менеджмент: концепции и ситуации для анализа / А.Дж. Стрикленд, А.А. Томпсон ; 12-е изд. ; пер. с англ. – М. : Вильямс, 2006. – 928 с.
9. Bank of America. Official site [Web site:]. – Access mode : <https://www.bankofamerica.com/>
10. Citigroup. Official site [Web site:]. – Access mode : <http://www.citigroup.com/citi/>
11. JP Morgan Chase [Web site:]. – Official site. – Access mode : <https://www.jpmorganchase.com/>
12. Wells Fargo. Official site [Web site:]. – Access mode : <https://www.wellsfargo.com/>

Петько С.М. Стратегические ориентиры американских корпораций на рынке финансовых услуг

Аннотация. Статья посвящена исследованию сущности и значения стратегических ориентиров корпораций на рынке финансовых услуг. Проанализированы стратегические ориентиры американских корпораций, которые специализируются в сфере финансовых услуг. Проведён компаративный анализ стратегических ориентиров американских банковских корпораций на рынке финансовых услуг.

Ключевые слова: глобализация, корпорация, США, рынок финансовых услуг, стратегическое видение, организация.

Pet'ko S.M. Strategic guidelines of American corporations in the financial services market

Summary. The article is devoted to studying of the essence and impotence of strategic guidelines of corporations on the financial services market. The article analyzes strategic guidelines of American corporations, specializing in financial services sphere. The author conducts the comparative description of the strategic guidelines of the American multinational bank corporations on the financial services market.

Keywords: globalization, corporation, the USA, financial services market, strategic guidelines, organization.

Полякова Ю.В.,

к.е.н., доцент,

Львівський торговельно-економічний університет

ВИКЛИКИ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ ОСВІТНЬОГО ПРОСТОРУ ДЛЯ ВИЩОЇ ОСВІТИ

Анотація. Статтю присвячено розгляду особливостей та тенденцій сучасного розвитку вищої освіти. Проведено оцінку переваг та проблем вітчизняної системи вищої освіти, позицій України в міжнародних освітніх рейтингах. Запропоновано заходи щодо адаптації вищої освіти до глобалізаційних викликів із метою підвищення її конкурентоспроможності.

Ключові слова: вища освіта, система вищої освіти, глобалізація, ринок освітніх послуг, вищий навчальний заклад.

Постановка проблеми. За останні десятиліття на міжнародному рівні активно відбуваються глобалізаційні процеси, тому уряди більшості країн світу приділяють увагу розвитку національної системи освіти, передусім з урахуванням впливу процесів інтеграції та глобалізації. Глобалізацію розглядають як стандартизацію, економічну інтеграцію та крос-культурну взаємодію на відміну від інтернаціоналізації, яку в освіті пов'язують більшою мірою зі зростанням обсягів академічної мобільності. У галузі освіти виділяють такі характерні риси глобалізації освітнього простору: зростання попиту на якісну освіту, уніфікація знань, прагнення країн світу досягнути високих показників якості освіти, диверсифікація, запровадження інновацій в освітньому процесі, зростання освітніх бюджетів тощо.

За таких обставин національні системи вищої освіти вже не можуть не враховувати глобальні тенденції, така ситуація виступає однією з найважливіших передумов для їх перегляду. Співтовариство вищої освіти здатне певною мірою адаптуватися до змін, що відбуваються, шляхом підвищення освітнього рівня, формування напрямів майбутнього розвитку освітньої політики, визначення можливостей країн на довгострокову перспективу.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питання, пов'язані з розглядом глобальних тенденцій в освітньому просторі та проблем розвитку освіти, розглядали у своїх працях С. Головань, С. Гуткевич, І. Ільницька, О. Красовська, А. Марчук, В. Новицький, І. Онищенко, Л. Хижняк та ін.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Значення вищої освіти для розвитку суспільства важко недооцінити, оскільки вона сприяє зростанню людського капіталу, генеруванню нових інтелектуальних ідей, упровадженню інновацій та технологій і в кінцевому результаті визначає рівень соціально-економічного розвитку держави та її конкурентоспроможність. Зміни в системі вищої освіти спричиняються як внутрішніми, так і зовнішніми факторами. Серед найбільш вагомих викликів слід назвати швидкозмінні вимоги ринку, перетворення вищої освіти в основне джерело інноваційного розвитку, диверсифікацію освітніх програм, зростаючу трудову та освітню мобільність [1]. За таких умов вищі навчальні заклади постали перед новими викликами – встигати

за вимогами часу, щоб успішно конкурувати на ринку освітніх послуг, який вже давно не обмежується національними кордонами, одночасно будучи відповідальними за освітній процес та адаптацію молоді у швидкій соціалізації.

Мета статті полягає у виявленні впливу процесів глобалізації освітнього простору на вищу освіту України та розробці напрямів щодо її адаптації до умов глобального розвитку.

Виклад основного матеріалу дослідження. Освіта перетворилась на продуктивну силу, яка дедалі більшою мірою визначає успішність націй та цілих регіонів у конкурентній боротьбі за виживання, тому сучасний етап розвитку людської цивілізації, що визначається як перехід до суспільства знань, характеризується якісно новими вимогами до розвитку освіти [2, с. 6–7]. Вітчизняні вчені наголошують, що вища освіта загалом зазнає меншого впливу глобалізації, ніж, наприклад, фінанси та міжнародна торгівля. Проте в ній досить помітно проявилися тенденції зростання фінансових потоків та масовість. На збільшення освітніх бюджетів впливають урядові стратегії фінансування економіки; прагнення громадян забезпечити освітою своїх дітей; поширеність приватного інвестування; збільшення кількості дорослих, які отримують додаткову освіту; стрімке впровадження інформаційних технологій в освітній процес [3]. Тому зміни у контингенті студентів в Україні відбивають не лише демографічні тенденції, а й сформоване ставлення до отримання вищої освіти у суспільстві.

Щодо масовості, то зазначають, що вища освіта перетворюється з певного привілею на соціальний стандарт, стає соціальною реальністю на зразок писемності та доступу до телефонного зв'язку або Інтернету [3]. І тому стратегія розвитку навчальних закладів, серед іншого, будується з урахуванням популярності певних спеціальностей серед населення.

Як можна побачити на рис. 1, тренд постійного зростання кількості студентів вищих навчальних закладів в Україні почи-

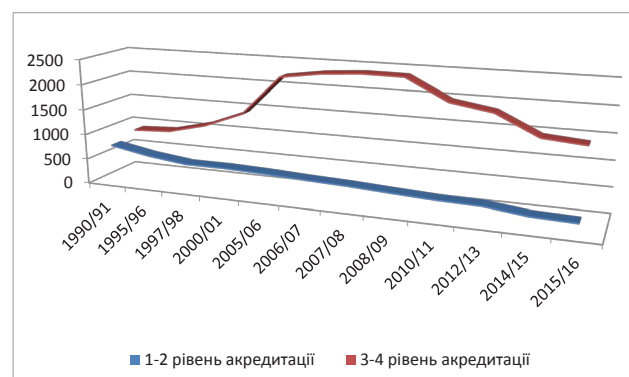


Рис. 1. Кількість студентів у вищих навчальних закладах України [4]

Інформація за 2014/15, 2015/16 н.р. подається без урахування тимчасово окупованих територій.

наючи з 2008 р. має спадну тенденцію, кількість студентів стрімко знижується.

Порівняння розподілу студентів за галузями освіти в Україні, Польщі, Франції та Італії показує, що в цілому співвідношення є подібним [5]. За період з 1991 по 2013 р. в Україні збільшилась питома вага студентів, що здобувають освіту за напрямом «соціальні науки, бізнес та право». Контингент осіб, які обрали освіту за напрямом «інженерія, промисловість та будівництво», скоротився у відносному виразі, але збільшився в абсолютному. Найбільшого скорочення зазнала освіта у військовій сфері, що стало наслідком демілітаризаційних процесів у країні [5].

Аналогічні тенденції можна спостерігати і щодо кількості вищих навчальних закладів в Україні (рис. 2).

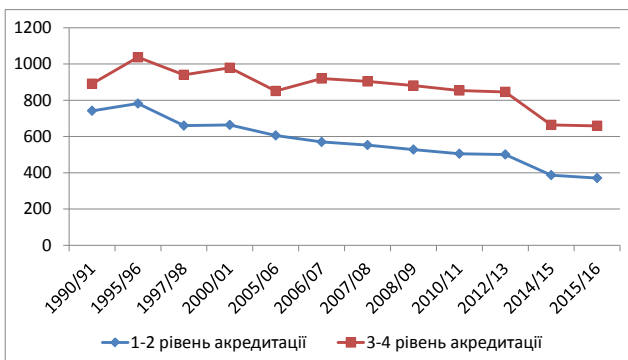


Рис. 2. Кількість вищих навчальних закладів України [4]

Інформація за 2014/15, 2015/16 н.р. подається без урахування тимчасово окупованих територій.

Можна побачити, що після 2008 р. кількість вищих навчальних закладів, передусім тих, що віднесені до III та IV рівнів акредитації, починає поступово зменшуватися, тому на даний час ми можемо спостерігати якісно нову динаміку розвитку вищої освіти. Ресурси для кількісного збільшення контингенту студентів як основного напрямку підвищення попиту на вищу освіту кардинально зменшуються.

Провідна світова мережа дослідницьких університетів «Юніверсітас 21» оприлюднила черговий щорічний рейтинг національних систем вищої освіти. Результати показали, що в рейтингу 2014 р. лідируючі позиції посіли США і Швеція (відповідно, 1-е і 2-е місця, загальна кількість досліджуваних країн – 50). Постсоціалістичні європейські країни показали такі результати: Словенія (25-те місце), Чехія (26-те), Угорщина (29-те), Польща (31-е), Словаччина (37-е), Румунія (39-те), Болгарія (40-е), Хорватія (44-те). Україна посіла 42-ге місце [6].

Рейтингова система базується на врахуванні чотирьох груп критеріїв: ресурси (загальні та державні витрати на вищу освіту, витрати навчальних закладів на дослідження і розробки), середовище (стан регуляторного середовища, державна політика і регулювання у сфері вищої освіти), зв'язки (інтегрованість вищих навчальних закладів у суспільні мережі, у тому числі в міжнародний освітній і науковий простір) та результати (впливовість вищих навчальних закладів).

Розглянемо наведені вище складники. Україна була зарахована до першої десятки країн за рівнем витрат на вищу освіту у відсотках до ВВП, проте за витратами на одного студента розміщується на рівні найнижчої групи. Видатки вітчизняних навчальних закладів на дослідження та розробки показують 43-тє рейтингове місце, що не зовсім відповідає стандартам,

прийнятим у високорозвинених країнах. Україна є беззаперечним лідером за часткою представників жіночої статі серед студентів у системі вищої освіти. Високий рівень якості також притаманний системі збору та опрацювання статистичних даних у вітчизняній освіті.

Українські вищі навчальні заклади у категорії «Зв'язки» представлені значним відсотком наукових публікацій, які виконані спільно з іноземними партнерами (33-тя позиція), однак ситуація виглядає набагато складнішою в частині кількості публікацій, виконаних спільно з дослідниками-практиками, та в секторі трансферу знань між навчальними закладами і бізнесом (49-та позиція).

За представленістю результатів наукових досліджень учених у журналах, які індексуються в наукометричній базі даних Scopus, вітчизняні вищі навчальні заклади мають невисокі показники за міжнародними стандартами. Присутність вітчизняних навчальних закладів у рейтингах кращих університетів є достатньо скромною. Винятком є чотири університети, які знайшли своє місце в міжнародному рейтингу QS у 2013 р., але жодного з них не було представлено в Шанхайському і рейтингу «Таймс» [6].

Отже, серед важливих переваг вітчизняної вищої освіти можна назвати її соціальну структуру, широкий доступ населення до вищої освіти та якість системи збору статистичних даних. І водночас можна погодитися, що ці фактори не є визначальними для підвищення конкурентоспроможності навчальних закладів на міжнародному рівні. Оскільки фактори глобальної конкурентоспроможності вітчизняної системи освіти не є достатньо розвиненими, то слід розробляти стратегію, спрямовану на відкриття для зовнішнього світу і формувати нові принципи діяльності та управління у напрямі посилення конкурентних позицій у глобальному освітньому просторі.

Зазначають, що в Україні спостерігається стабільно високий рівень державних витрат на освіту, який відповідає кращим світовим стандартам. Державні витрати на вищу освіту досягли свого максимуму в 2010 р. (2,3% ВВП) і надалі мають тенденцію до скорочення. В Україні домінує державне фінансування освіти. Витрати державного бюджету України на сферу освіти протягом 2004–2012 рр. зросли втричі та досягли 26,9 млрд. грн. (3,36 млрд. дол. США). Фінансування вищої освіти з місцевих бюджетів залишається незначним [5]. Більшість механізмів фінансування освіти, що довели свою ефективність у розвинених країнах, такі як, наприклад, гранти, не знайшли поширення в Україні, тому вітчизняні студенти схильні до пошуку роботи навіть за рахунок навчання, переходу на заочну форму, що може негативно відображатися на якості освітнього процесу.

Серед недоліків або структурних перекосів фінансування можна назвати практичну відсутність у країні практики державного стимулювання участі корпоративного сектору у фінансуванні вищої освіти, хоча світовий досвід свідчить про усвідомлення на мікрорівні важливості компетенцій працівників, що стимулює інвестування працевластців у підвищення їхнього освітнього рівня. Успішність цієї політики позитивно впливає на прибутковість бізнесу, і основними споживачами освіти за європейськими стандартами є студенти і працевластці. Окремі вади української вищої освіти, особливо в галузі економіки, пов'язані із відсутністю тісної взаємодії між бізнесом та наукою, коли діяльність вітчизняних підприємств та дослідження науковців університетів не пов'язані між собою, та неможливістю ефективно проводити студентську практику, а також із відсутністю даних про реальний стан підприємств на

відміну від європейських університетів. Очевидно, що за таких умов розбудовувати навчальну та наукову діяльність українських навчальних закладів відповідно до світових стандартів необхідно, хоча і непросто.

На сучасному етапі спостерігається стрімке збільшення українських абітурієнтів, які мають бажання здобути вищу освіту за кордоном. Позитивно характеризується потік українських студентів до Польщі, що польська сторона вважає успіхом маркетингової стратегії, яка застосовується на українських теренах.

Щодо чисельності іноземних студентів в Україні, то іноземці становлять близько 3% її студентського контингенту. Цей показник є досить низьким порівняно з провідними країнами світу, які демонструють коливання в межах 10–20% і прагнуть довести контингент міжнародних студентів до 25–35% [5]. Причиною того, що на навчання до України приїжджає незначна кількість іноземців з економічно розвинутих країн, є недостатньо високі котирування вітчизняних навчальних закладів у міжнародних рейтингах. Можна погодитися з думкою, що наявність іноземних студентів в українських університетах слугує важливим індикатором розвиненості та привабливості освітнього простору країни і підтверджує відповідність вітчизняної освіти кращим світовим зразкам. Залучення іноземних студентів до України є пріоритетним засобом підвищення іміджу вищої освіти та її інтеграції до міжнародного освітнього простору шляхом диверсифікації мов навчання, створення можливостей для студентів отримувати подвійні дипломи про вищу освіту та брати участь у програмах мобільності.

Рейтинг освіти є також важливою складовою частиною Глобального індексу конкурентоспроможності країни. Так, у 2014 р. в Україні якість системи освіти в цілому оцінювалась на рівні 72 з 144 країн, що досліджувалися, і це було на 16 позицій нижче, ніж у 2010 р. (табл. 1).

Таблиця 1

Рейтингові позиції України за складовими частинами Глобального індексу конкурентоспроможності [7]

Критерій	2010 р.	2014 р.
Якість системи освіти в цілому	56	72
Стан вищої і професійної освіти	46	40
Якість освіти з менеджменту бізнесу	108	88
Якість вищої математичної і природничої освіти	42	30

Нещодавно Україна за вищою освітою та професійною підготовкою піднялась на сім позицій і зайняла 34-те місце зі 140 країн світу. Таким чином, вища освіта залишається конкурентною перевагою України. Україна зайняла 14-те місце у світі за рівнем охоплення вищою освітою, 38-ме – за якістю викладання математики і природничих наук, 44-те місце – за доступом до Інтернету в школах [7].

Ознакою глобального простору також виступає інформатизація всіх сфер суспільного життя, і саме тому вища освіта вже не може зводитися до традиційного формального розподілу ролей між викладачем і студентом. Для швидкої адаптації в умовах диверсифікації інформаційних потоків має змінитися завдання викладача щодо максимізації та оптимізації інформаційного потоку – розробка ефективних методичних систем та врахування фактора особистості [8].

Важливою є розбудова привабливої та конкурентоспроможної національної системи вищої освіти України, інтегрованої

як до європейського простору вищої освіти, так і до європейського дослідницького простору. Саме у гармонійному поєднанні освіти і наукових досліджень полягає секрет швидкого успіху та прогресу розвинених країн, які розглядають наукові дослідження як основу соціального та економічного прогресу. У зв'язку з цим основними пріоритетами подальшого розвитку національної системи освіти можна назвати: трансформацію університетів у центри освіти та науки, які спроможні продукувати конкурентоспроможні інтелектуальні ідеї для інноваційного та технологічного розвитку країни; забезпечення рівноправної конкуренції між вищими навчальними закладами на ринку освітніх послуг із метою створення сприятливих умов для підвищення якості освіти; налагодження взаємозв'язку між навчальними закладами та бізнес-структурами; впровадження у навчальні програми з підготовки студентів практичної та фахової складових; розвиток системи освіти протягом усього життя; інформування суспільства щодо цінності певних спеціальностей на вітчизняному або міжнародному ринку праці.

Висновки. Проведений аналіз сфери вищої освіти в Україні загалом показав недостатній рівень глобальної конкурентоспроможності вітчизняних навчальних закладів, їх слабку представленість та інтеграцію у світовий і європейський науково-освітній простір. Виклики для українських навчальних закладів передусім пов'язані з проявами глобалізації та заго-стренням конкуренції на ринку освітніх послуг, однак їх слід розглядати як передумови для якісного зростання, що може призвести до підвищення якості вищої освіти в Україні, іміджу в міжнародному освітньому просторі, а також до повернення позитивної динаміки розвитку галузі.

Стратегічним завданням для вітчизняної вищої освіти є повноцінна та рівноправна інтеграція до світового освітнього простору. Оскільки зовнішні фактори помітно впливають на вітчизняні системи освіти всіх країн, то, з одного боку, це є можливістю адаптувати позитивний досвід кращих навчальних закладів, а з іншого – запропонувати власні напрацювання.

Література:

- Живага О. Вища освіта в процесах глобалізації (філософський аналіз) / О. Живага // Вісник Національного авіаційного університету. Сер. : Філософія. Культурологія. – 2013. – № 1. – С. 141–144 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vnau_f_2013_1_37.
- Інтеграція в європейський освітній простір: здобутки, проблеми, перспективи : [монографія] / За заг. ред. Ф.Г. Вашука]. – Ужгород : ЗакДУ, 2011. – 560 с.
- Іщенко А. Глобальні тенденції і проблеми розвитку освіти: наслідки для України / А. Іщенко [Електронний ресурс]. – Режим доступу : www.niss.gov.ua.
- Вищі навчальні заклади [Електронний ресурс]. – Режим доступу : www.ukrstat.gov.ua.
- Моніторинг інтеграції української системи вищої освіти в Європейський простір вищої освіти та наукового дослідження : аналітичний звіт. – К. : Міжнародний фонд досліджень освітньої політики, 2014. – 144 с.
- Сацик В. Україна в дзеркалі міжнародного рейтингу національних систем вищої освіти «Юніверситас 21» / В. Сацик [Електронний ресурс]. – Режим доступу : www.edu-trends.info/universitas_21.
- Україна в рейтингу глобальної конкурентоспроможності 2015 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://reforms.in.ua/ua/news/ukrayina-u-reytingu-globalnoyi-konkurentospromozhnosti-2015>.
- Новицький В. Щодо питання про інтеграцію науки та освіти / В. Новицький [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://soskin.info/ea/2006/1-2/20060126.html>.

Полякова Ю.В. Вызовы глобализации образовательного пространства для высшего образования

Аннотация. Статья посвящена рассмотрению особенностей и тенденций современного развития высшего образования. Проведена оценка преимуществ и проблем отечественной системы высшего образования, позиций Украины в международных образовательных рейтингах. Предложены мероприятия по адаптации высшего образования к глобализационным вызовам с целью повышения его конкурентоспособности.

Ключевые слова: высшее образование, система высшего образования, глобализация, рынок образовательных услуг, высшее учебное заведение.

Poliakova Ju.V. Challenges for higher education due to globalization of educational space

Summary. The article examines the peculiarities and tendencies of contemporary development of higher education. It presents an evaluation of the benefits and problems of the national system of higher education as well as Ukraine's position in international education rankings. Measures to adapt higher education to the challenges of globalization in order to increase its competitiveness are proposed.

Keywords: higher education, system of higher education, globalization, education services market, institution of higher education.

Танклевська Н.С.,

д.е.н., професор,

завідувач кафедри обліку, аудиту та фінансів,

Херсонський державний аграрний університет

Потравка Л.О.,

к.е.н., доцент, докторант,

Херсонський державний аграрний університет

ОЦІНКА СОЦІАЛЬНО-ЕКОЛОГІЧНИХ НАСЛІДКІВ ТРАНСФОРМАЦІЙ АГРАРНОГО СЕКТОРА ЕКОНОМІКИ

Анотація. У статті проведено оцінку соціально-екологічних наслідків структурних трансформацій аграрного сектора економіки України. Визначено динамічні коливання соціально-економічних показників. Проведено аналіз стану земельного фонду та основних показників, що характеризують вплив діяльності сільськогосподарських товаровиробників на навколишнє середовище. Визначено основні напрями соціальної політики та основних заходів щодо збереження навколишнього середовища в межах концепції структурної політики аграрного сектора економіки.

Ключові слова: сільське господарство, структурна трансформація, соціальні фактори, екологія, структурна політика, структурно-модернізаційна концепція.

Постановка проблеми. В умовах трансформації аграрного сектора економіки особливо загострюється питання соціально-екологічних наслідків даного процесу. Одним із першочергових питань є визначення стану соціальних та екологічних наслідків трансформацій, дослідження яких повинен охоплювати аналіз основних показників соціального розвитку, охорони земель, внесення мінеральних добрив, викиди в атмосферу, води, а також витрати на охорону навколишнього середовища.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. У процесі досліджень були враховані наукові бачення дослідників перспектив розвитку сільського господарства, зокрема: В. Андрійчука, О. Бородіної, В. Геєця, О. Гудзинського, Ю. Лупенка, П. Саблука, Г. Черевка, В.Я. Месель-Веселяка, В.В. Юрчишина, О.М. Бородіної, І.Р. Залущкого, В.К. Збарського, Ю.Я. Лузана, Б.Й. Пасхавера, А.Ю. Пікуса, В.М. Зубця, І.В. Прокопи, М.П. Талавіри, М.М. Федорова та ін.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. На основі проведених досліджень та опрацювання наукових праць визначено відсутність прямого зв'язку соціально-екологічних факторів та ефективності структурних трансформацій аграрного сектора України.

Метою статті полягає в оцінці соціально-екологічних наслідків структурних трансформацій, результат якої передбачає визначення концепції подальших структурних трансформацій.

Вклад основного матеріалу дослідження. Рівень ВВП на душу населення відображає загальний рівень економічного розвитку. Його порівняння з іншими країнами світу дає змогу відобразити місце України в міжнародному економічному просторі. Динаміка фактичного рівня ВВП України на душу населення (у дол. США) свідчить про його зростання протягом 2002–2014 рр. (рис. 1). Аналізом визначено позитивну динаміку нарощення показника в 2002–2008 рр. від 874,9 дол. США до 3 881,4 дол. США. 2009 р. характеризувався зниженням показника на 1 340,9 дол. США, або на 34,5%, що слід уважати результатом фінансово-економічної кризи.

До 2013 р. відбувалось поступове зростання, рівень цього показника збільшився до найвищого рівня і становив 3 995,9 дол. США. За даними МВФ, у 2015 р. ВВП на душу населення становив 2 109 дол. США, що свідчить про стрімке падіння обсягу валового внутрішнього продукту. Аналізуючи дані МВФ, які віддзеркалюють стан світової економіки, варто зазначити, що рейтинг України значно знизився відносно попередніх років і посів 134-е місце з показником 2 109 дол. США, що у 4,7 рази менше світового значення показника (рис. 3). Лідируюча позиція належить таким країнам, як Люксембург (103 187 дол. США), Швейцарія (82 178 дол. США),

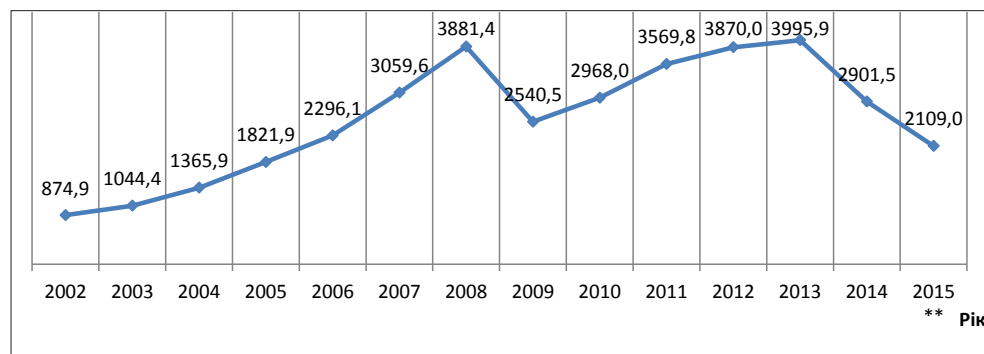


Рис. 1. Динаміка ВВП України на душу населення, дол. США

Джерело: розраховано автором за даними [1]

Катар (78 829 дол. США), Норвегія (76 266 дол. США), США (55 904 дол. США) та Сінгапур (53 224 дол. США). Варто звернути увагу, що серед пострадянських країн показник вітчизняної економіки є одним із найнижчих.

Зауважимо, що в 2013 р. Україна в загальному рейтингу країн за рівнем ВВП, за різними підрахунками, займала 109-е місце (із показником 3 867 дол. США) [4] та 113-е місце (із показником 3 867 дол. США) [5], а в 2014 р., за даними Світового банку, посідала 125-е місце зі значенням ВВП на душу населення 3 082 дол. США. Таким чином, через загальну політико-економічну кризу вітчизняна економіка в 2015 р. відносно попереднього року втратила 31,6%, або 973 дол. США ВВП на душу населення, що характеризує негативні наслідки трансформаційних процесів економічної системи України.

Дослідження стану земельного фонду відіграє визначальну роль у визначенні трансформаційного вектору аграрного сектора економіки, тому потребує значної уваги визначення еко-

логічного стану земельного фонду України. Фонд земель сільськогосподарського призначення зменшився протягом 2009–2014 рр. на 0,2% (82,2 тис. га), натомість площа забудованих земель зросла на 2,1%.

Протягом 2010–2014 рр. площа землекористування сільськогосподарських підприємств України збільшилась на 22,8% і становила в 2014 р. 21258,2 тис. га (табл. 2). Їх переважна частка належить сільськогосподарським угіддям, середній обсяг яких становив 18 933,0 тис. га, а відносно базового року значення зросло на 24%: від 16 577,2 тис. га в 2010 р. до 20 548,9 тис. га в 2014 р. Звернемо увагу, що в середньому 93,6% сільськогосподарських угідь припадає на рілля, площа якої в 2014 р. становила 19 293,4 тис. га, що на 25,2% більше, ніж у 2010 р. і на 0,5%, ніж у 2013 р.

Охорона земель сільськогосподарського призначення передбачає передусім здійснення таких заходів, як будівництво протиерозійних гідротехнічних споруд і залуження сильно

Таблиця 1

Земельний фонд України, тис. га

Показник	Роки						Т пр, %
	2009	2010	2011	2012	2013	2014	
Загальна земельна площа	60354,8	60354,8	60354,9	60354,9	60354,9	60354,9	100,0
Землі сільськогосподарського призначення	42813,7	42792,8	42776,9	42456	42744,5	42731,5	99,8
Ліси та лісовкриті площі	10591,9	10601,1	10611,3	10621,4	10624,4	10630,3	100,4
Забудовані землі	2499,1	2512,5	2523,2	2535,2	2542,6	2550,4	102,1
Землі під водою	2423,2	2423,5	2422,8	2423	2422,9	2426,4	100,1
Відкриті Заболочені землі	979,4	979,9	980,1	980,1	981,6	982,6	100,3
Інші землі	1047,5	1045	1040,6	1039,2	1038,9	1033,7	98,7

Джерело: розраховано автором за даними [1; 5]

Таблиця 2

Динаміка земельних площ сільськогосподарських підприємств України, (тис. га)

Показник	Роки					Т пр., %	Середній розмір
	2010	2011	2012	2013	2014		
Земельна площа сільськогосподарських підприємств, усього	17314,9	17152,2	21409	21166,9	21258,2	122,8	19660,2
у тому числі							
сільськогосподарські угіддя	16577,2	16436,1	20665,5	20437,2	20548,9	124,0	18933,0
з них: рілля	15412,8	15334,3	19395,4	19186,7	19293,4	125,2	17724,5
сіножаті та пасовища	968,9	913,2	1065,2	1047,2	1053,6	108,7	1009,6

Джерело: розраховано автором за даними [1]

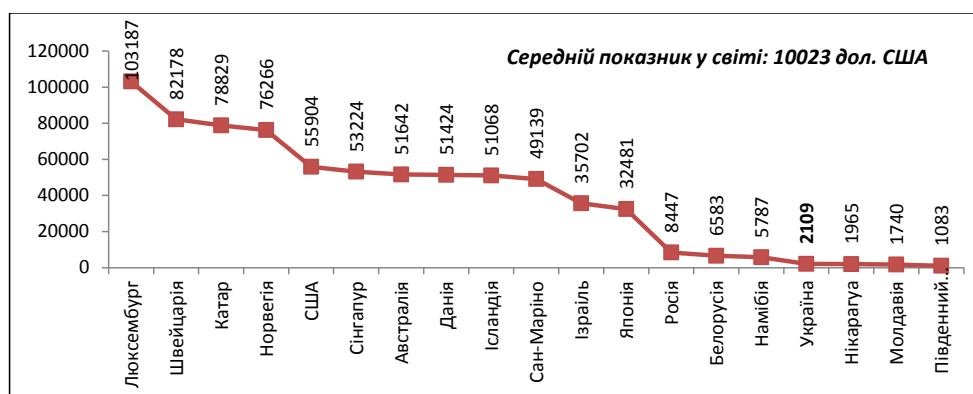


Рис. 2. Рейтинг світового ВВП на душу населення в 2015 р., дол. США

Джерело: розраховано автором за даними [2]

деградованої і забрудненої шкідливими речовинами ріллі. До першого напрямку відносять вали-канави, вали-тераси, вали-дороги, протиерозійні ставки (накопичувачі твердого стоку), водостійкі споруди, берегоукріплення. Варто зауважити, що в питанні здійснення заходів з охорони земель виявлено нега-

тивну динаміку. Протягом 2010–2014 рр. зведення валів-каналів було на 90,2% менше, ніж у 2010 р., протиерозійних ставків (накопичувачів твердого стоку) найбільше зведено в 2012 р. (19,2 га), а в 2014 р. показник знизився до нуля, тоді як берегоукріплення в 2014 р. становило 0,2 км на відміну від показників 2010 р. (4,3 км) та 2012 р. (9,0 км).

Разом із тим необхідно звернути увагу, що у 16 раз збільшилась будова валів-доріг у 2014 р.: від 0,1 км у 2010 р. до 1,6 км у 2014 р. Звертаючи увагу на проведені природоохоронні заходи, направлені на залуження сильно деградованої і забрудненої шкідливими речовинами ріллі, необхідно зауважити, що їх показник значно знизився, що не відповідає загальним потребам аграрного ринку. Так, найбільша площа за даним напрямом була оброблена в 2011 р. і становила 1 383,0 га, але в 2014 р. показник становив 40,2 га, що на 96% менше, ніж у 2010 р.

Активне застосування засобів захисту рослин має негативний вплив на загальну трансформаційні процеси аграрного ринку, тому виникає необхідність у нівелюванні зазначеного впливу, яке проводиться шляхом вапнування та гіпсування ґрунтів, на яких сільськогосподарськими підприємствами здійснювались такі заходи (рис. 3). Встановлено, що протягом 2010–2014 рр. зростає площа, на якій здійснювались засоби захисту рослин: від 12 239 тис. га до 14 005,3 тис. га.; найвищий обсяг був у 2013 р. – 14 981,8 тис. га. Із них значна частка належить площі, на якій застосовувались пестициди, використання яких має негативний вплив на екологічність сільськогосподарського виробництва.

Аналізуючи стан екологічних показників трансформаційного розвитку аграрної економіки країни, варто зосередити увагу на тенденціях внесення мінеральних та органічних добрив, яке визначає не лише якість виробленої продукції, насамперед віддзеркалює стан навколишнього середовища. Доведено, що протягом 1990–2014 рр. зменшується частка площ, оброблених мінеральними добривами, у структурі загальної площі сільськогосподарських угідь (рис. 3).

Таким чином, темп росту внесення мінеральних та органічних добрив, розрахований ланцюговим методом, засвідчив зростання показника використання мінеральних добрив та скорочення органічних добрив (рис. 3). Так, найвищий темп росту внесення мінеральних добрив був у 2001 р. (143,3%), а в 2009 р. його значення було найменшим – 83,3%. Мінімальний показник у використанні мінеральних добрив виявлено у 2003 р. – 77,5%, а в 2014 р. його значення було найбільшим – 102,5%.

Порівнюючи рівень утворення відходів від різних видів діяльності, зауважимо, що



Рис. 3. Частка площ із внесенням мінеральними та органічними добривами до загальної площі сільськогосподарських земель, %

Джерело: розраховано автором за даними [1]

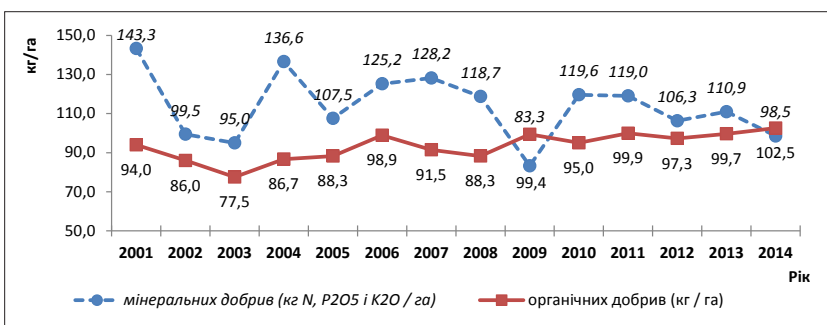


Рис. 4. Темп росту внесення мінеральних та органічних добрив у сільськогосподарських підприємствах України, крім малих (на одиницю площі, у % до попереднього періоду)

Джерело: розраховано автором за даними [1]

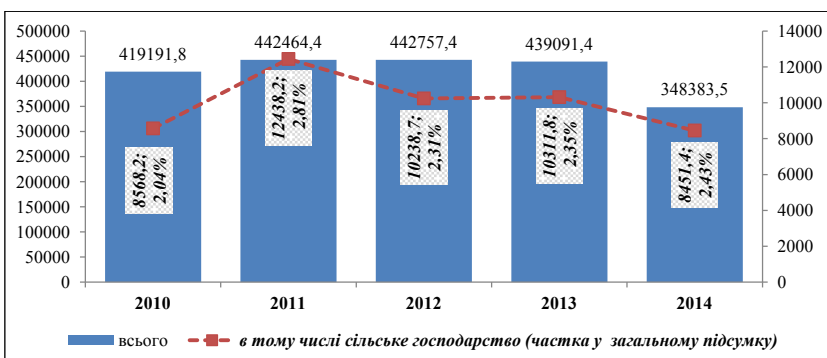


Рис. 5. Утворення відходів в Україні від економічної діяльності підприємств та організацій, тис. т

Джерело: розраховано автором за даними [1]

частка в ньому сільського господарства в 2010–2014 рр. не перевищувала 3%: у 2011 р. її рівень був найбільшим і становив 2,81%, а найменший – у 2010 р. – 2,04%. У натуральному вираженні утворення відходів в Україні мало незначну тенденцію до зниження в 2010–2014 рр., але необхідно зауважити, що в 2011 р. помітне було збільшення показника на 45,2% і становило 12 438,2 тис. т. Крім того, загрозу екологічному стану аграрного сектору становлять викиди в атмосферу, які змінюються відповідно до трансформаційних тенденцій (табл. 3).

Виявлено, що в умовах швидкого розвитку сільськогосподарського виробництва викиди в атмосферу мають тенденцію до збільшення в 2009–2013 рр., але в 2014 р. помітне скорочення показника, що пов'язано зі складними політико-економічними умовами, а саме проведенням антитерористичної операції в Луганській та Донецькій областях та окупацією Автономної Республіки Крим.

Протягом досліджуваного періоду частка сільського, лісового та рибного господарства у загальній структурі викидів в атмосферу від стаціонарних джерел забруднення має тенденцію до збільшення і становить від 1,6% у 2009 р. до 2,4% у 2014 р., що свідчить про погіршення стану виробництва сільськогосподарської продукції. Разом із тим зростають і обсяги викидів від підприємств даного виду економічної діяльності в 2010–2013 рр. Так, у 2010 р. значення показника на 16,4% більше, ніж у попередньому році, а у 2013 р. – на 11,5%. У 2014 р. характерним було зменшення викидів в атмосферу від стаціонарних джерел забруднення на 13,7%.

Стратегічними цілями структурної політики є забезпечення продовольчої безпеки держави шляхом просування політичних зобов'язань на підтримку продовольчої безпеки та досягнення необхідного рівня інформованості щодо споживання продуктів харчування населенням. Пріоритетною ціллю є підвищення

продуктивності та сталості сільського, лісового та рибного господарства, що має досягатися реалізацією стратегій підтримки високопродуктивних секторів сільського господарства з одночасним збереженням природних ресурсів.

Забезпечення інклюзивності та ефективності аграрної системи України має здійснюватися шляхом державної підтримки малих та середніх фермерських господарств, що відіграють найважливішу роль у зростанні рівня зайнятості сільського населення і, відповідно, у зниженні рівня бідності. Подолання бідності сільського населення є головним пріори-

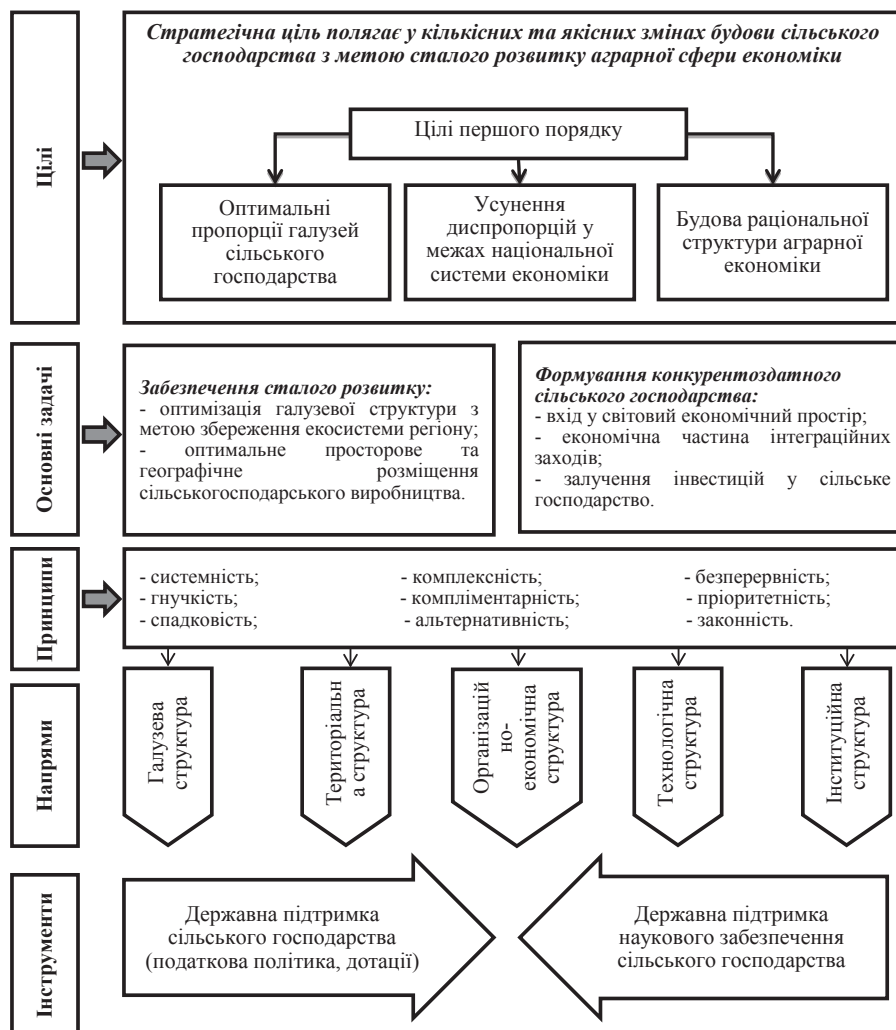


Рис. 6. Засади формування структурної політики

Джерело: власні дослідження

Таблиця 3

Динаміка викидів в атмосферу від стаціонарних джерел забруднення, тис. т

Показник	Рік						Середній показник
	2009	2010	2011	2012	2013	2014	
Всього	3928,1	4131,6	4374,6	4335,3	4295,1	3190,4	4042,5
Сільське, лісове та рибне господарство	61	71	72,7	80	89,2	77	75,2
Частка сільського, лісового та рибного господарства, %	1,6	1,7	1,7	1,8	2,1	2,4	1,9
Т пр. ланц.(всього), %		105,2	105,9	99,1	99,1	74,3	X
Т пр. ланц. (с/г), %		116,4	102,4	110,0	111,5	86,3	X

Джерело: розраховано автором за даними [1]

тетним завданням державної політики. Ця проблема є досить складною та актуальною, має вирішуватися шляхом створення відповідних умов до доступності бідного населення до продуктів харчування, енергетичних та інформаційних ресурсів. Політика соціального захисту є достатньо розповсюдженою, але досвід свідчить про низьку ефективність заходів соціальної підтримки. Підтримка підприємств галузей сільського господарства шляхом податкової пільгової політики відносно малих та середніх підприємств дає можливість використання сільськогосподарськими підприємствами додаткових трудових ресурсів зі значним рівнем оплати праці [6; 7].

Важливим завданням структурної політики є забезпечення стійкості сільськогосподарських підприємств шляхом фінансової підтримки в умовах дії стихійних лих та техногенних катастроф. Це стає особливо актуальним в Південному регіоні, оскільки частина земель сільськогосподарського призначення знаходиться в зоні ризикованого землеробства. У цьому контексті важливості набувають розробки окремих програм розвитку сільського господарства півдня України [7].

Структурно-модернізаційною концепцією передусім визначаються оновлення технологій виробництва та структурна перебудова сільського господарства. Згідно з її засадами, акцент робиться на внутрішній ринок, зростання споживчого попиту на продукти харчування, розширення суспільного виробництва, яке сприяє поступовому зниженню інфляції та підвищенню якості сільського населення. Концепцією передбачається збереження достатньо активної ролі держави щодо визначення цілей та пріоритетів розвитку основних галузей сільського господарства, її завдань як інвестора у формуванні крупного національного капіталу та виконання ролі гаранта збереження ключових систем життєзабезпечення населення.

Проблемним моментом концепції є виключення структурних елементів економічної системи на основі існуючого попиту, який не відображає реальних потреб сільського господарства у фінансових, трудових та інформаційних ресурсах. Обраний режим фінансової економії посилює попитові обмеження, що призводить до примітивізації сільськогосподарського виробництва завдяки втраті доступу до наукомістких, технологічно складних виробництв. Досвід передових країн свідчить про необхідність орієнтації на «випереджальний попит», на перспективні порівняльні конкурентні переваги.

Висновки. Структурно-модернізаційна концепція базується на поетапному підході до вирішення стратегічних завдань трансформації сільського господарства. Зокрема, потребує активізації інституційна політика держави відносно сільського господарства за рахунок цілеспрямованого використання капіталів фінансово-промислових груп, що розширює їх вплив на формування нової структури сільського господарства в аспекті

виробництва та власності. Основним завданням постає забезпечення простого відтворення, модернізація основних галузей сільського господарства з подальшою стабілізацією внутрішніх цін на продукти харчування та промислову групу товарів.

Література:

1. Державна служба статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.ukrstat.gov.ua>.
2. Data mostly refers to IMF staff estimates for the year 2015, made in October 2015. World Economic Outlook Database-October 2015, International Monetary Fund. Accessed on 12 October 2015.
3. Державна служба зайнятості [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.dcz.gov.ua/>.
4. Data refer to the year 2014. World Development Indicators database, World Bank. Оpubліковано 3 липня 2014 р.
5. National Accounts Main Aggregates Database, December 2013, United Nations Statistics Division. Оpubліковано 4 січня 2015 р.
6. Перспективи виходу України на ринки висхідних країн. Аналітична доповідь. – Київ : Заповіт, 2015. – 116 с.
7. Кулицький С. Питання трансформації української зовнішньої торгівлі на сучасному етапі / С. Кулицький [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.nbuviap.gov.ua/images/ukraine/2015/ukr23.pdf>.

Танклевская Н.С., Потравка Л.А. Оценка социально-экологических последствий трансформаций аграрного сектора Украины

Аннотация. Исследованы теоретические и методические основы оценки синергетического эффекта структурных преобразований агропродовольственного сектора Украины. Определена эффективная методика расчета синергетического эффекта. Доказана эффективность новой синергетической парадигмы в области экономической науки.

Ключевые слова: сельское хозяйство, структурная трансформация, социальные факторы, экология, структурная политика, структурно-модернизационная концепция.

Tanklevska N, Potravka L.O. Assessment of social and environmental transformations consequences agricultural sector.

Summary. The existing long-term feasibility of the structural transformation of agriculture. Outlined directions of improvement of structural policies. The necessity of using a synergistic approach to the development of an effective mechanism of structural reforms. The use of an effective mechanism of structural transformations. The ways of implementation of the key areas of structural transformation of agriculture.

Keywords: agrarian sector, structural transformation, social factors, ecology, structural policy, structural and modernization concept.

Недбалюк О.П.,

к.е.н., доцент,

доцент кафедри економіки підприємства та міжнародної економіки,
Вінницький торговельно-економічний інститут

Київського національного торговельно-економічного університету

НОВИЙ ПОГЛЯД НА ЗМІСТ ТЕОРІЇ ВАРТОСТІ ЯК ОСНОВА КОНЦЕПЦІЇ ЕКОНОМІЧНОГО ЗРОСТАННЯ В УКРАЇНІ

Анотація. У статті запропоновано нове трактування змісту теорії вартості в контексті «новостворена вартість є результатом спожитої вартості». Трактування базується на реаліях практики організації економічних відносин. На основі запропонованого змісту теорії вартості обґрунтовано висновки за основними аспектами актуальних проблем реалізації економічних реформ в Україні. Отримані висновки можуть стати основою формування прагматичної та ефективної концепції економічного зростання в Україні.

Ключові слова: спожита вартість, новостворена вартість, економічні ресурси, капітал, власність, користування, розпорядження, наймана праця, прогнозування.

Постановка проблеми. Усі проблеми економічного розвитку як у світі, так і в Україні пов'язані з організацією процесу економічного відтворення, створення та розподілу вартості на всіх рівнях економічних систем. Новостворена вартість має своє «джерело», тому логічно, що для стимулювання виробництва новоствореної вартості слід передусім приділяти увагу цьому джерелу. Таким джерелом вартості, згідно з теорією трудової вартості (яка є домінуючою концепцією), є праця. Однак із визнанням праці основним джерелом новоствореної вартості вона разом із тим не визнається як основний інструмент економічного розвитку. Дане протиріччя між теорією і практикою формування вартості може бути вирішене лише після його наукового опрацювання. Таке опрацювання, своєю чергою, можливе лише за умови заміни сліпої віри в істинність теорії трудової вартості на її критичний аналіз та пошук адекватної реаліям економічного життя і більш прийнятної альтернативи.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Існуючі концепції джерел створення вартості можна звести до двох основоположних напрямів: трудової теорії вартості та «граничної корисності блага». Трудову теорію вартості, яка «визрівала» майже ціле сторіччя, започаткували і розробляли Д. Рікардо [1] і А. Сміт [2], а завершив її формування К. Маркс [3]. Теорію «граничної корисності» запропонували й обстоювали Є. Бем-Баверк [4], Ф. Візер [5], У.С. Джевонс [6], К. Менгер [7]. Шукали компромісів між двома антагоністичними підходами А. Маршалл [8], М. Туган-Барановський [9]. Наукові напрацювання С.Г. Міхневої виглядають як альтернатива існуючим поглядам, однак її трактування знань як джерела вартості [10] не вносить ясності в дане питання, адже кількісна та вартісна оцінка субстанції «знання» є не менш проблемною, чим вартісна оцінка праці або «блага». Як наслідок, у вітчизняній економічній науковій думці відсутні досьогодні будь-які нові або практично корисні підходи до обґрунтування джерел вартості. Проблема залишається недостатньо науково опрацьованою та актуальною.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Сучасні вітчизняні науковці здебільшого зосереджують свою увагу на коментуванні теорії трудової вартості або на повному її неприйнятті, не пропонуючи нічого альтернативного. Таку ситуацію можна обмежити теоретичною науковою проблематикою. Однак наука має бути практично орієнтованою, тому маючи науково обґрунтовані знання щодо джерела вартості, можливо буде сформувати систему дій щодо забезпечення її приросту, економічного зростання. Проблемою є також те, що вітчизняною економічною наукою ігнорується зв'язок між теорією вартості та відносинами власності. Таке ігнорування призводить до того, що широкі маси суб'єктів економічної діяльності в Україні залишаються як би «поза дією» законів вартості, не вмотивовані до створення новоствореної вартості. І дана ситуація має своє розв'язання, на думку автора, через пошук взаємозв'язку між змістом теорії вартості та відносинами власності.

Мета статті полягає в обґрунтуванні нового бачення змісту теорії вартості, визначення в якості джерела новоствореної вартості спожитої вартості у її взаємозв'язку з відносинами власності із формулюванням можливих та позитивних наслідків запропонованої парадигми для активізації економічного зростання в Україні.

Виклад основного матеріалу дослідження. Очевидно, що як суспільство, так і система державного управління, очікує від економічної науки не безрезультатних дискусій щодо трактування змісту наукових термінів, що є поширеною практикою, а формування логічних концепцій, що можуть мати практичне застосування та забезпечать практичний ефект. Сьогодні очікуваний практичний ефект від вітчизняної економічної науки – це забезпечення сталого економічного розвитку України, формування «дорожньої карти» руху до успішної економіки на основі вимірних критеріїв цього успіху.

Всю сукупність критеріїв оцінки рівня економічного розвитку можна поділити на три групи: перша – виробничі параметри (приріст реального національного доходу (НД), реального валового внутрішнього продукту (ВВП), а також збільшення обсягів НД та ВВП на душу населення [11]); друга – соціальні і третя – нематеріальні, духовні (наприклад, «коефіцієнт щастя»). Відкинувши від економіки невимірні духовні субстанції, отримуємо виробничі та соціальні критерії рівня економічного розвитку. Їх узагальненням може бути, на нашу думку, два критерії: обсяг та приріст виробництва валового внутрішнього продукту як загалом так і на душу населення; ступінь розподілу національного багатства між багатими та бідними категоріями населення (прийнятий нині критерій – співвідношення доходів 10% найбагатших та 10% найбідніших груп населення в країні). За зміни сучасних економічних догм на запропонований автором підхід як критерій економічного розвитку можливо

буде використовувати не дохід (він є дзеркалом економічних ресурсів і не завжди адекватно відображає реалії, оскільки віддача ресурсів суттєво різниться), а самі економічні ресурси, національне багатство та його розподіл між громадянами – його власниками.

Виходячи із пропонованих критеріїв, можна констатувати, що для забезпечення економічного розвитку України системі державного управління необхідно зосередитись на таких пріоритетах:

1) забезпечити зростання обсягів валового внутрішнього продукту;

2) забезпечити тенденцію покращання співвідношення доходів 10% найбагатших та 10% найбідніших груп населення в Україні хоча б до тих параметрів, які існують у західноєвропейських країнах.

Щодо першого пріоритету, він і шляхи його досягнення на перший погляд є очевидними, з іншого боку, очевидним і малодослідженим є його зв'язок із другим пріоритетом, а це питання мотивації до економічної діяльності широких мас населення. Як причину відсутності суттєвого прогресу у світі щодо вирішення проблем бідності бачимо можливості для відносного вирівнювання доходів населення на початку їх створення (створення вартості), а не на стадії розподілу. В існуючій моделі соціального вирівнювання через бюджет довести науково та практично обґрунтованість та справедливості такого перерозподілу концептуально неможливо, наслідком чого є тимчасове згладжування проблеми замість її вирішення. Виглядає так, що використання в Україні моделі соціального вирівнювання через бюджет взагалі сьогодні є неприйнятним, оскільки для запровадження таких механізмів час упущено, у постіндустріальному суспільстві виникли нові механізми як створення, так і розподілу (приховування) доходів (офшори є яскравим прикладом цього).

Практика світового економічного розвитку свідчить, що є пряма залежність між його темпами та ступенем мотивації тих, хто створює новостворену вартість. А створюють її дві категорії продуцентів: власники засобів виробництва та наймані працівники. Згідно з теорією трудової вартості, «праця» найманих працівників створює вартість, а не діяльність власників капіталу, згідно з теорією трудової вартості, вони не є носіями «праці». Інтереси власників засобів виробництва, бізнесу обмежені прибутковістю їх бізнесу, і ця прибутковість часто для них зростає за обмеженого використання найманих працівників, за обмеження їх ініціативи, рівня заробітної плати.

Дотримуючись концепції трудової вартості, вирішити протиріччя між інтересами населення (яке в Україні у своїй масі є фактичними або потенційними найманими працівниками) і інтересами власників засобів виробництва, з іншого боку, неможливо, про що свідчить практика економічного життя. В економіці демократичної країни України для вирішення вказаного конфлікту інтересів, відповідно, все має бути приведенне до одномірності, все населення, як власники, так і наймані працівники, мають бути однаково вмотивовані в результатах економічної діяльності. У даному сенсі є два варіанти: перший – усі є найманими працівниками в державі – власника (державний капіталізм, реалії радянської економічної системи, що втратили сьогодні будь-який сенс), другий – усі громадяни – власники і співвласники.

Другий варіант – єдино можливий для успіху національної економіки України, питання лише в його науковому обґрунтуванні та практичній імплементації. Потенційним опонентам

можна відповісти коротко, міркуємо від зворотного: хто і коли практично або теоретично довів, що такий варіант економічного життя неможливий?

Визначимось з ідентифікацією поняття «власник». Загалом, усі є власниками чогось, тих чи інших економічних ресурсів (а такими є усі, що мають вартість) – одягу, мобільних телефонів і т. п. І з економічної точки зору вся власність, будь-які економічні ресурси є продуктивними, джерелом новоствореної вартості. Однак на даний час усіх членів суспільства не будемо ідентифікувати як власників, оскільки більшість населення або працює як наймані працівники, або мають малий чи середній бізнес, в якому вони приймають безпосередню трудову участь нарівні з працівниками, або як менеджери. Ця категорія теоретичних «власників» (власники малого та середнього бізнесу), власне, є об'єктом експлуатації з боку великого бізнесу в не меншій мірі, ніж наймані працівники. Сьогодні є також законодавчі та ментальні трактування хто власник продуктивних ресурсів, а хто – ні, які змушують обмежити на сьогодні коло власників як таких, лише тими, хто обмежений лише юридичними межами власності на той чи інший об'єкт і не обтяжений трудовими зусиллями щодо користування своєю власністю, продукуванням новоствореної власності.

У контексті ідентифікації власності на економічні ресурси, які, власне, і є об'єктом відтворення, важливо також визначитись з їх змістом. На сьогодні з цим немає однозначності, існує низка публікацій учених із цього приводу в площині трактування змісту і процесу відтворення капіталу, але питання розуміння змісту об'єкта економічного відтворення залишається дискусійним [12]. Виходячи з реалій практики організації економічного життя автор обґрунтував власну позицію щодо даного питання в монографії «Україна: наукові основи економічного прогресу в XXI столітті» [13]. Якщо коротко, позиція зводиться до того, що економічними ресурсами, капіталом, можна вважати лише такі, з усієї їх сукупності (які трактуються сьогодні як економічні), що відповідають двом критеріям.

Перший – відповідність кількісного виміру і вартісної оцінки згідно зі стандартами бухгалтерського обліку. Відповідно, облік не передбачає вартісної оцінки людських ресурсів (персоналу), тому «людський капітал» – неекономічна категорія, що не є об'єктом економічного відтворення. Процес створення нової людини не передбачає «споживання вартості інших людей». Відповідно, люди також і не є об'єктом власності інших людей.

Другий критерій – факт залучення до участі в процесі економічного відтворення. Згідно з цим, у створення природних ресурсів не було здійснено ніяких вкладень (вони не є спожитою вартістю попереднього циклу), відповідно, вони (у т. ч. будь-яка земельна площа) не можуть трактуватись як економічні ресурси, не можуть мати вартості або бути об'єктом власності.

Використавши два наведені «фільтри», ми в результаті маємо, що об'єктом економічного відтворення і, відповідно, об'єктом власності, об'єктивно є лише ті матеріальні речі, що були створені як результат економічного відтворення попереднього циклу, набули вартості, мають вартісну оцінку (не є відходами). Усі інші трактування є суб'єктивними і не мають під собою ніякої логічної або наукової основи, суперечать практиці економічного життя.

Сучасні вчені, поєднуючи теорію трудової вартості та теорію граничної корисності, визначають, що товари свою мінову цінність черпають із двох джерел – рідкості і кіль-

кості праці, що необхідна для їх добування. Констатується, що мінова цінність переважної більшості товарів визначається тільки працею [14]. Звичайно, вартість як спосіб виміру виникає в результаті обміну, встановлюється так звана «мінова вартість», але праця тут ні до чого (вона вимірюється часом і не має вартісних вимірників). Разом із тим речі, які не перебувають у сфері обміну, також мають вартість, для вирішення даної дилеми винайдено поняття «корисність». Дана корисність є, безумовно, неекономічною субстанцією, яка не має своїх вимірників і застосування в економічній практиці. У практиці обліку вартість речей, що не перебувають у стадії обміну, встановлюється методом аналогії: їх вартість – це вартість товарів, аналогів на ринку. Тому, на думку автора, слід уникати поширеної підміни понять «новостворена вартість» і «мінова вартість» (джерелом обох визначається «праця»).

Найбільш важливе і принципове питання нашого дослідження, це пошук відповіді на питання, що є джерелом новоствореної вартості. Найбільш поширений варіант: таким джерелом є праця найманих працівників. Що ж таке їх праця? Абстрактна невимірна категорія, що неначе вимірюється часом. Чомусь спожиті ресурси по обліку переносять свою вартість на новостворену продукцію, а не час переносить свою вартість на продукцію (згідно з «логікою» теорії трудової вартості). «Джерелом» нової води є спожита вода, «джерелом» новонароджених дітей є їх батьки, а джерелом нової вартості є спожита вартість.

Визнання цих реалій практики на науковому рівні приводить, на думку автора, до глибоких і конструктивних для національної економіки висновків.

1. Якщо нова вартість є результатом спожитої, а спожита вартість – це капітал, який має свого власника (лише він повною мірою реалізує права користування та розпорядження капіталом), то приріст цієї вартості може бути забезпечений лише власниками капіталу, економічних ресурсів.

Найманий працівник таким не є, він лише тимчасово виконує часткову функцію власності – користування капіталом (без функції розпорядження). Відповідно, наймана праця не є продуктивною ні для найманого працівника, ні для власника капіталу, ні для держави в цілому, це призводить до часткових (юридичною термінологією – нікчемних) результатів праці. Поділ поняття «власність» на «володіння», в сенсі розпорядження, та на «користування», в сенсі праці найманого працівника з ресурсами, власником яких він не є, – абсолютно штучне, протиприродне і під собою не має ніякого обґрунтування. Володіння людиною певним капіталом у повному сенсі даного поняття (розпорядження з одночасним користуванням) і є її реальна продуктивна «праця». Місце власника у процесі створення нової вартості наведено на рис. 1.



Рис. 1. Власність як єдине джерело новоствореної вартості

Теза «будь-хто в ринковій економіці може бути власником економічних ресурсів», як свідчить практика (адже ніхто не

проти бути таким власником), на практиці не реалізується ніяк і перспектив реалізації цієї тези за існуючого розуміння джерел вартості немає. Відповідно, сама теза є фікцією. Окрема «пересічна» людина буквально «відрізана» системою правил «бізнесу» від повноцінного володіння (розпорядження + користування) економічними ресурсами.

2. Якщо спожита вартість (а не праця найманих працівників) є джерелом новоствореної власності, то перше, з чого має почати держава для формування та реалізації концепції економічного зростання, це створення відкритого реєстру власності на усі об'єкти, що трактуються як економічні ресурси на території країни, тотальна персоніфікація власності. Технічні можливості електронного врядування роблять це простим і легким для реалізації, було б бажання. Реєстр має охоплювати дві площини – особистісну та локально-територіальну (для рухомих об'єктів власності мають бути додаткові регуляторні механізми). Порівняння двох баз даних може дати відхилення, приведення яких до відповідності не є проблемою.

3. Якщо ми визнаємо, що джерелом новоствореної власності є спожита вартість, то, відповідно, суб'єкт (власник) спожитої вартості (економічних ресурсів) є водночас суб'єктом (власником) новоствореної вартості (рис. 1) і, само собою, суб'єктом перетворення спожитої вартості в новостворену, тобто власником-працівником в одній особі. Відносини найманої праці втрачають за даного розуміння економічних реалій усілякий сенс. Підприємство – це товариство співвласників, де замість заробітної плати співвласник отримує свою частку від реалізованої продукції. Така модель найефективніша та найсправедливіша з усіх відомих, вона відома як кооператив (кооперативний сектор у розвинених країнах становить біля 40 %), суть її чомусь мало відома в євроінтеграційній Україні.

4. Пропонований підхід до трактування спожитої вартості як єдиного джерела новоствореної вартості дає нам принципово інше бачення побудови податкової системи. Державні послуги надаються пропорційно до джерела вартості – спожитої вартості (економічних ресурсів, саме їх охороняє армія, поліція і т. п.), саме тому лише економічні ресурси, їх вартість можуть бути об'єктом (базою) оподаткування і ніщо інше. Суб'єктом сплати податків можуть бути лише персоніфіковані власники цих ресурсів і ніхто інший. А чи отримують вони дохід, чи ні, державу це не повинно цікавити з точки зору оподаткування, це їх вільний вибір (демократія). Податкові ставки, безумовно, повинні бути рівними для всіх власників (демократія, рівні умови). З іншого боку, податкові ставки – це «розцінки» за послуги, що надаються державою (вони легко піддаються обчисленню, розмір і структура бюджетних витрат не є засекреченими). Відношення бюджету до вартості ресурсів (базис оподаткування) дає нам єдину для всіх ставку податку. Кожен платить єдину ставку податку, в якій розшифровка – на армію, на освіту і т. п. (відповідно до статей бюджетних витрат). Зникає потреба в прогресивному оподаткуванні, соціальне вирівнювання відбувається в «автоматичному» режимі, зникає основа для так званого подвійного оподаткування.

5. Концепція «єдине джерело новоствореної вартості – спожита вартість» спрощує і нівелює дублювання управлінських функцій у системі державного управління. Вся діяльність у системі зосереджується на індикативному управлінні економічними ресурсами, організації відносин між співвласниками, встановлення правил товарообміну між ними. Доходи власників перестають бути об'єктом управління, як і зникають і всі інші об'єкти сучасного державного регулювання економіки. За

рахунок цього система національної економіки стає прозорою, прогнозованою, здатною до оптимізації. Стають можливими та раціональними системи прогнозування, обліку, статистики та аналізу. Прогнозування є першою і тому найактуальнішою для вдосконалення в Україні функцією управління. У результаті річного стажування в університеті США автор здійснив адаптацію системи макроекономічного програмування, що використовується в розвинених країнах, до українських реалій. Опрацьовані методики відображені в опублікованій монографії [15]. За пропонованого підходу державне управління автоматично стає ефективнішим у разі порівняно з прийнятим підходом. У принципі міняється розуміння так званої «державної власності». Нею є лише персоніфікована власність тих людей, які виконують функції державного управління. І новостворену вартість у системі державної (водночас їх приватної) власності вони створюють лише за рахунок надання якісних управлінських послуг населенню (сукупності власників) на основі визначених розцінок за послуги з державного управління – відповідних податкових ставок у складі єдиного податку.

6. Бюджетна система за пропонованого підходу перетворюється в сукупність цільових фондів, сформованих через сплату цільових податків населенням (власниками економічних ресурсів) для реалізації на основі суспільного консенсусу тих чи інших цільових програм на тому чи іншому рівні об'єднання громадян – власників (місцевий, регіональний, державний). Маніпулювання бюджетними коштами за такого підходу виключається концептуально.

7. Якщо спожита вартість (ресурси) є джерелом новоствореної вартості (товарів і послуг, нових ресурсів), то економічні ресурси, що споживаються, мають декларуватись (для системи державного та громадського обліку, тобто статистики) їх власниками постійно, відповідно, очевидним є декларування їх зносу. Їх знос, споживання – це собівартість товарів, робіт і послуг, що поставляються власниками – продуцентами на ринок. Тоді стає можливим перехід від хаотичного, спекулятивного ціноутворення до більш справедливого та науково обґрунтованого. Економічна наука правильно стверджує, що індивідуальна ціна товару – це його суспільна собівартість. За сучасної системи обліку індивідуальні собівартості та як їх середньозважена суспільна собівартість є невідомими, що унеможливає впорядкування системи ціноутворення та загалом регулятивні можливості держави у сфері економіки. За пропонованого підходу, знаючи знос ресурсів, а приховати його (як у випадку маніпулювання декларуванням доходів) неможливо (для цього слід приховати, власне, самі ресурси, що виключено), середня (суспільна) собівартість сукупності виробників на певний товар і на певному ринку є відомою на кожен момент часу і вона є загальновизнаною, прозорою і справедливою ціною (яка міняється з часом пропорційно зміні суспільних (середніх) витрат). Такий механізм ціноутворення потребує встановлення також нових правил і способів контролю конкурентної боротьби. Система придбання товарів та послуг споживачами має повністю перейти на плановий механізм попередніх замовлень.

Висновки. Бачимо, що проста і очевидна теза, що, власне, не потребує якихось додаткових теоретичних доказів і обґрунтувань, щодо того, що новостворена вартість (товар, послуга) створюється не міфічною «працею» або часом, а за рахунок спожитої вартості, дає принципово інше бачення економічних реалій та можливостей до їх вдосконалення з метою забезпечення економічного зростання в Україні. Доказом очевидності спожитої вартості як джерела новоствореної є вся наявна прак-

тика економічних відносин, економічного обліку, адже згідно з обліком, не абстрактні час або праця переносять свою вартість на новостворений продукт, а саме спожиті економічні ресурси, їх вартість. Роль власника в процесі економічного відтворення потребує також конкретизації. Лише спроба в даній публікації визначити межі власності на економічні ресурси дає конкретні та далекосяжні практичні висновки. Подальші дослідження змінять економічну парадигму і, відповідно, економічні реалії.

Отже, можна визначити, що конкретизація теорії вартості в економічних реаліях сьогодення в поєднанні з перетворенням власника з абстрактного юридичного «володаря» на відповідальну за результати використання власності особу потребує подальших досліджень і дає нам принципово нове і практично актуальне бачення можливостей щодо формування та реалізації концепції економічного зростання в Україні.

Література:

1. Рикардо Д. Сочинения. Т. 1. Начало политической экономии и налогообложения / Д. Рикардо. – М.: Госполитиздат, 1941. – 284 с.
2. Смит А. Исследование о природе и причинах богатства народов : монография / А. Смит // Классика экономической мысли. В. Петти, А. Смит, Д. Рикардо [и др.]. – М.: ЭКСМО-ПРЕСС, 2000. – С. 77–402.
3. Маркс К. Капитал / К. Маркс, Ф. Энгельс // Твори. – К.: Політвидав. України, 1963. – Т. 23. – 848 с.
4. Бем-Баверк Е. Основы теории ценности хозяйственных благ / Е. Бем-Баверк // Австрийская школа в политической экономии: К. Менгер, Е. Бем-Баверк, Ф. Визер; пер. с нем.; под ред. В.С. Автономова. – М.: Экономика, 1992. – С. 243–426.
5. Визер Ф. Теория общественного хозяйства / Ф. Визер // Австрийская школа в политической экономии: К. Менгер, Е. Бем-Баверк, Ф. Визер; пер. с нем.; под ред. В.С. Автономова. – М.: Экономика, 1992. – С. 427–488.
6. Джевонс У.С. Об общей математической теории политической экономии. Краткое сообщение об общей математической теории политической экономии / У.С. Джевонс // Теория потребительского поведения и спроса. Серия «Вехи экономической мысли». – Вып. 1 / Под ред. В.М. Гальперина. – СПб.: Экономическая школа, 1993. – С. 67–77.
7. Менгер К. Основания политической экономии / К. Менгер // Австрийская школа в политической экономии: К. Менгер, Е. Бем-Баверк, Ф. Визер; пер. с нем.; под ред. В.С. Автономова. – М.: Экономика, 1992. – С. 31–242.
8. Маршалл А. Принципы экономической науки / А. Маршалл. – М., 1993. – Т. 1. – 415 с.
9. Туган-Барановський М.І. Політична економія: Курс популярний / М.І. Туган-Барановський. – К.: Наукова думка, 1994. – 138 с.
10. Михнева С.Г. Интеллектуализация экономики: инновационное производство и человеческий капитал / С.Г. Михнева // Инновации. – 2003. – № 1 [Электронный ресурс]. – Режим доступа : http://www.nbu.gov.ua/portal/Soc_Gum/Npchdu/Economy/2005_25/25-4.pdf.
11. Макконелл К.Р., Брю С.Л. Экономикс: принципы, проблемы и политика / К.Р. Макконелл, С.Л. Брю; пер. с англ. 11-го изд. – К.: Хагар-Демос, 1993. – 785 с.
12. Коэн А., Харкнут Дж. Судьба дискуссии двух Кембриджей о теории капитала / А. Коэн, Дж. Харкнут [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://institutiones.com/theories/1281-teoriya-kapitala.html>.
13. Недбалюк О.П. Україна: наукові основи економічного прогресу в XXI столітті : [монографія] / О.П. Недбалюк. – Вінниця: Вінниця, 1999. – 176 с.
14. Корнійчук Л.Я. Історія економічних учень / Л.Я. Корнійчук, Н.О. Татанерко // Історія економічних учень [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://library.if.ua/books/87.html>.
15. Недбалюк О.П. Програми розвитку сільської місцевості як теорія, методологія і практика діяльності дорадчих служб в США / О.П. Недбалюк. – Вінниця: Поділля-2000, 2005. – 160 с.

Недбалюк А.П. Новый взгляд на содержание теории стоимости как основа концепции экономического роста в Украине

Аннотация. В статье предложена новая интерпретация содержания теории стоимости в контексте «вновь созданная стоимость является результатом потребленной стоимости». Интерпретация базируется на реалиях практики организации экономических отношений. На основе предлагаемого содержания теории стоимости обоснованы выводы относительно основных аспектов актуальных проблем реализации экономических реформ в Украине. Полученные выводы могут стать основой формирования прагматической и эффективной концепции экономического роста в Украине.

Ключевые слова: потребляемая стоимость, вновь созданная стоимость, экономические ресурсы, капитал, собственность, пользование, распоряжение, наемный труд, прогнозирование.

Nedbalyuk O.P. A new look at the contents of the theory of value as the basis of the concept of economic growth in Ukraine

Summary. The paper proposed a new interpretation of the content of the theory of value in the context "newly created value is the result of consumption of value". The interpretation is based on the realities of the practice of economic relations. Based on the proposed content of the theory of value grounded made conclusions concern of the main aspects of the actual problems of implementation of economic reforms in Ukraine. Those findings should be used such the basis of forming a pragmatic and efficient concept of economic growth in Ukraine.

Keywords: consumed value, newly created value, economic resources, capital, ownership, use of property, disposal of property, wage labor, economic forecasting.

Парій Л.В.,
*аспірант кафедри економічної теорії,
Національний університет біоресурсів і природокористування України*

МАРКЕТИНГОВА ТОВАРНА ПОЛІТИКА ВИРОБНИКІВ СИРУ НАЦІОНАЛЬНОГО ГОСПОДАРСТВА

Анотація. У статті висвітлено питання сутності, значення та необхідності постійного вдосконалення маркетингової товарної політики українськими виробниками продукції сиру. Запропоновано характеристику видів сиру для дослідження їх конкурентоздатності.

Ключові слова: товар, маркетингова товарна політика, споживчі товари, продукція сиру, товарний асортимент, ринок сиру, асортимент продукції сиру, конкурентоздатність виду сиру.

Постановка проблеми. У механізмі функціонування товарного ринку, який зумовлюється попитом, пропозицією, ціною і конкуренцією, наріжним каменем є товар – носій функціонально-цінних властивостей для задоволення потреб існуючих і перспективних споживачів. Для того щоб товар дійсно став товаром, його необхідно створювати на основі глибоких науково-технологічних і маркетингових досліджень щодо потреб запитів і вподобань споживачів, а також умов функціонування ринкового середовища, насамперед конкурентного середовища.

У системі ринкового господарювання товар є індикатором економічної потуги й активності виробника. Саме товар на ринку визначає економічний стан підприємств – товаровиробників продукції сиру, адже їх комерційний успіх безпосередньо залежить від пропонування ними тих видів сиру, які бажає і хоче споживати кінцевий покупець.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблемам теоретико-методичних підходів до товарної політики виробничих підприємств у галузях національного господарства присвячені наукові праці Гаркавенко С.С., Базилевич В.Д., Боняр С.М., Захожая В.Б., Криковцевої Н.О., Кортельової Н.В., Луція О.П., Мороз Л.А., Мочерного С.В., Чухрай Н.І. та ін. Проте в наукових працях недостатньо приділено уваги вдосконаленню товарної політики виробників продукції сиру. Зокрема, відсутні науково обгрунтовані способи оцінки конкурентоздатності певного виду сиру.

Мета статті полягає в узагальненні теоретико-методичних засад та обгрунтуванні практичних способів удосконалення маркетингової товарної політики виробників сиру національного господарства.

Виклад основного матеріалу дослідження. Політична економія [9] трактує товар як продукт праці, який задовольняє певну потребу людини і виробляється не для власного споживання, а для продажу, для обміну. При цьому товар розглядається як такий, що має двоїстий характер, а саме: споживну вартість – здатність продукту задовольнити конкретну потребу людини і вартість – уречевлену в товарі працю виробників, здатність прирівнюватись до інших товарів і обмінюватись на них.

Дещо по-іншому дає визначення товару Ф. Котлер [5]. Він стверджує, що товар – це всі ті речі, які задовольняють бажання чи потреби і пропонуються на ринку з метою при-

вертання уваги, придбання покупцем, використання або споживання ним.

За призначенням товари як об'єкти продажу та купівлі, за сферами застосування поділяються на два класи:

- споживчі товари, або товари широкого вжитку;
- товари виробничого призначення.

Споживчі товари призначені для задоволення власних або домогосподарських потреб. Ці товари мають різну класифікацію, а саме: товарознавчу, торговельну, статистичну, митну, міжнародну. Кожна з цих класифікацій має свою конкретну ціль щодо характеристик комерційної, товарознавчої, митної та маркетингових ознак товарів.

Для того щоб товар у реальному виконанні ефективно задовольняв потреби цільового сегменту ринку сиру, підприємства молокопереробної галузі разом із роздрібними продавцями повинні постійно і науково обгрунтовано здійснювати маркетингову товарну політику. Остання в умовах жорсткої конкурентної боротьби є запорукою комерційного успіху для товаровиробників як в короткостроковому, так і в довгостроковому періоді.

Маркетингова товарна політика – це комплекс заходів, у рамках яких один або декілька товарів використовуються як основні інструменти виробничо-збутової діяльності фірми [10, с. 184].

Вчені-економісти розглядають маркетингову товарну політику як структуру, яка складається з трьох основних блоків:

- розробки товару;
- обслуговування товару;
- виведення з ринку застарілих товарів (елімінування)

[6, с. 10].

У наведеній структурі найважливішим є перший блок – розробка товару, яка може здійснюватись способом розробки принципово нового товару або вдосконаленням уже існуючих на ринку товарів. Стосовно продукції сиру, то очевидним є те, що виробники цієї продукції повинні зосереджувати значну увагу на вдосконаленні певних типів сирів. Насамперед йдеться про зміну певних споживчих характеристик конкретного виду сиру відповідно до потреб і запитів цільового сегменту ринку.

Для ринку сиру надзвичайно важливе значення має другий блок маркетингової товарної політики – обслуговування продукції сиру, що пов'язано з процесами забезпечення умов збереження тієї сукупності біологічних характеристик, які задовольняють запити й очікування прихильників певних марок сиру.

Обслуговування продукції сиру передусім передбачає організацію логістики, тобто процесу управління товарорухом щодо збереження якості сирів і контроль цієї якості. Ефективна логістика базується на ретельному підході до вибору каналів розповсюдження та їх структури, адже чим більшу кількість рівнів містить канал збуту, через які проходить продукція сиру на шляху до кінцевого споживача, тим більший ризик утратити не тільки відомості про виробників, відповідальних за якість, а й саму якість [6, с. 11].

У зв'язку з цим суб'єктам ринку продукції сирів, до яких висувуються жорсткі вимоги щодо їх якості, доцільно скорочувати до мінімуму кількість рівнів товароруку. Водночас для збереження якості різних типів сиру необхідно ретельно дотримуватися умов і режимів його транспортування в належно обладнаних транспортних засобах та зберігання на складах і в місцях продажу відповідно до санітарно-епідеміологічних вимог.

Індикаторами виведення конкретних видів сиру з ринку може бути зниження обсягів попиту і збуту та скорочення частки ринку і зменшення норми прибутку.

Проведення маркетингової товарної політики в діяльності підприємств – виробників сиру пов'язане не лише з участю у формуванні відповідних біологічних та харчових властивостей, що є надзвичайно важливим, але, головним чином, з оцінкою і забезпеченням належного рівня факторів оточення певного типу сиру. Йдеться про створення і вдосконалення характеристик, які формують привабливість конкретного типу сиру та попит на нього.

Основними цілями маркетингової товарної політики підприємств молокопереробної галузі мають бути:

- оптимізація товарної номенклатури й асортименту;
- розробка, впровадження і постійне поліпшення системи управління якістю;
- створення конкурентних переваг сирів, які продукує підприємство;
- збільшення частки ринку сиру;
- зменшення витрат виробництва;
- збільшення частки ринку сиру, отже, й обсягів продажу та прибутків.

Товарна номенклатура молокопереробних підприємств характеризується виробництвом товарних груп, тісно пов'язаних між собою через подібність їх функціонування, наприклад молоко, сир, сметана і таке інше. Більш детальну оцінку пропозиції продукції сиру можна отримати, аналізуючи асортимент цієї продукції.

Товарний асортимент представляє собою сукупність асортиментних груп певного типу сиру, що пропонуються виробничо-збутовими підприємствами. Своєю чергою, асортиментна група є сукупністю асортиментних позицій виду сиру і характеризується [7, с. 66]:

- шириною, яку визначає кількість запропонованих асортиментних груп;
- глибиною, яка відображає наявну кількість позицій у кожній асортиментній групі;
- насиченістю, яка визначається загальною кількістю запропонованих товарів;
- зіставністю, яка відображає взаємозв'язок окремих асортиментних груп у контексті кінцевого споживання, діапазону цін, каналів розподілу і таке інше.

Законом України «Про молоко та молочні продукти» [3] визначено основні засади державної політики щодо забезпечення безпечності та якості молока і молочних продуктів. При цьому виокремлено положення про забезпечення внутрішніх потреб держави в молочних продуктах широкого асортименту.

Для кінцевого споживача не цікавим є те, який існує виробничий асортимент продукції сиру. Його цікавить асортимент сирів у місцях продажу-купівлі, тобто торговий асортимент.

У зв'язку з цим важливе значення товарної політики у формуванні ринку сиру має управління асортиментом в ланці роздрібною торгівлі. Завданням управління асортиментом продукції сиру є його оптимізація для збалансованості з попитом

споживачів, забезпечення ефективної комерційної діяльності торговельних підприємств завдяки якісному задоволенню потреб і запитів кінцевих споживачів.

У обстежених автором десяти найбільших, великих та середніх торговельних підприємствах міста Києва і Київської області в липні 2015 р. насиченість асортименту по молоку коливалася від 13 позицій («Ашан», м. Київ) до 25 позицій («Метро», м. Київ). Водночас насиченість торгового асортименту по різних типах сирів коливалася від 19 позицій («Фора», м. Вишневе Київської обл.) до 36 позицій (оптовий ринок сільськогосподарської продукції «Столичний», м. Київ).

В обстежених торговельних підприємствах асортимент сиру був сформований молокопереробними підприємствами з багатьох областей України та імпорту, тобто йдеться про широкий асортимент продукції сиру. Широкий і насичений асортимент сирів дає споживачам можливість вибору конкретного виду сиру відповідно до їх смаків та вподобань. Водночас широкий асортимент сирів вимагає від покупців витрачати більше часу і зусиль для ознайомлення й оцінки тієї чи іншої марки сиру, адже ці марки в багатьох випадках мало чим відрізняються одна від одної і це призводить до стурбованості та розгубленості окремих споживачів під час прийняття рішень про купівлю.

Управління широким і насиченим асортиментом сирів із метою його оптимізації має базуватися на аналізі й оцінці його структури. Під останньою слід розуміти кількісне співвідношення окремих марок сирів до асортименту сирів у цілому і виражене у відсотках.

Структура асортименту сиру, як і його класифікація в товарній політиці підприємств молокопереробної галузі і відповідних торговельних підприємств, розробляється для досягнення певної мети. Так, якщо класифікація відображає лише якісний склад продукції сиру, то структура характеризується кількісною оцінкою і дає можливість для прийняття конкретних практичних та економічно доцільних для підприємства і споживачів управлінських рішень.

Діяльність менеджменту суб'єктів ринку сиру національного господарства в товарній асортиментній політиці має базуватися на тому, що структура функціональна і динамічна навіть за незмінного її якісного складу. Отже, асортиментну структуру продукції сиру в конкретному випадку необхідно розглядати і формувати відповідно до виконуваних нею функцій, основною з яких є належне задоволення запитів і потреб споживачів.

Об'єктами класифікації під час визначення структури асортименту продукції сиру в конкретному торговельному підприємстві може бути її надходження, обсяги продаж окремих видів і марок та їх запаси. Структура може оцінюватись за показниками кількості асортиментних одиниць сиру та їх ціни або лише за одним із цих показників.

Із метою оцінки повноти асортименту сирів за відповідними ознаками можна порівнювати наявну асортиментну структуру з бажаною, яка встановлюється на основі аналізу попиту споживачів або розробляється у вигляді моделі асортименту. Остання представляє собою обґрунтовану еталонну структуру і може використовуватись як критерій оцінки товарного асортименту.

Асортиментні моделі можуть розроблятися на різних рівнях національного господарства: галузевому, регіональному, окремих виробничих і оптових та роздрібних торговельних підприємствах. Залежно від цього будуть використовуватись різні ознаки та різна глибина класифікації.

У формуванні продовольчого ринку національного господарства для розроблення моделі товарного асортименту форму-

ються відповідні комплекси продовольчої продукції за певними ознаками щодо особливостей товарного угруповання. Спорідненими ознаками товарного комплексу «молоко і молочні продукти» є функціональне призначення цих продуктів. Так, законом України «Про молоко та молочні продукти» [3] визначено, що традиційні молочні продукти – масло, сири, а також кисломолочні продукти, вироблені із застосуванням чистих культурних молокопереробних бактерій – ацидофілів, є простокваша, ряжанка, сметана, сир кисломолочний; кефір – із застосуванням заквасок на кефірній основі.

По суті, товарні комплекси є функціональними системами, які включають такі ланки: споживач, товар, оточуюче середовище і функціонують на засадах системного підходу. У практичній діяльності суб'єктів українського ринку сиру виявлення та оцінка системоутворюючих та системообумовлюючих факторів дає можливість сформулювати ознаки та показники класифікації певних типів сирів комплексу молока і молокопродуктів відповідно до потреб і запитів споживачів. Водночас виявляються ознаки і показники певних типів сирів, які забезпечують задоволення цих запитів. Врешті, сукупність цих ознак і показників є об'єктивно обґрунтованою підставою для класифікації сирів у комплексі «молоко і молокопродукти» та основою формування більш повного образу конкретного виду сиру в уяві цільових сегментів споживачів під час його вибору, оцінювання і прийняття рішень щодо купівлі.

У формуванні товарної політики виробників сиру важливе значення має підвищення конкурентоздатності своєї продукції. Саме поняття «конкуренція» (зіткатися, суперничати) є об'єктивним законом функціонування ринку, дія якого проявляється у зовнішній примусовій силі стосовно необхідності виробничо-збутових компаній в постійному вдосконаленні. Закон конкуренції, як слушно зауважують окремі вчені [6, с. 63], – це один із головних економічних законів, відповідно до якого від-

бувається об'єктивний процес підвищення якості продукції та зниження ціни.

Необхідно розрізняти поняття «конкурентоздатність» і «конкурентоспроможність». Конкурентоздатність визначається щодо товарів, які вже існують на ринку, а конкурентоспроможність як комплекс споживчих і цінних характеристик товару, що визначає його потенційний успіх на ринку, притаманний новим (піонерним) товарам, які тільки мають виходити на ринок. Оскільки на ринку сиру національного господарства в переважній більшості функціонують традиційно відомі вироби, то конкурентним буде використання поняття «конкурентоздатність».

Конкурентоздатність продукції сирів є поняттям більш широким, ніж якість, і воно узагальнює:

- якість конкурентного виду сиру як найважливішу характеристику;
- економічну характеристику (витрати на виробництво, збут, розповсюдження та купівельну спроможність споживачів).

Діяльність молокопереробних підприємств – продуктів сиру щодо підвищення конкурентоспроможності цієї продукції має здійснюватись упродовж усього «життєвого циклу» певного типу сиру. Дослідження конкурентоздатності останнього передбачає вивчення його характеристик, що показані в табл. 1.

З означеної в таблиці характеристики окремих видів сиру для дослідження їх конкурентоздатності можна виділити критерії для кількісного чи якісного аналізу, на основі якого оцінюють його конкурентоздатність. До критеріїв конкурентоздатності продукції сиру можна віднести:

- рівень та стабільність якості певного типу сиру;
- імідж бренду конкурентного виду сиру;
- ціна споживання певного типу продукції сиру;
- інформативність щодо конкурентної марки сиру.

Наведені критерії в сукупності представляють комплексний критерій конкурентоздатності окремих видів сиру. Цей критерій необхідний для оцінювання рівня конкурентоздатності конкретного виду сиру, метою якого для продукції є забезпечення конкурентних переваг свого виробу на ринку сиру порівняно з товарами-конкурентами як обов'язкової умови комерційного успіху.

Методика оцінювання конкурентоздатності певного виду сиру може бути здійснена таким чином [1, с. 214]:

- збирання та аналіз інформації про ринок сиру, покупців, конкурентів;
- формування вимог до товару-еталона;
- визначення переліку параметрів (інформаційних, технологічних, економічних), які підлягають оцінюванню та їхньої питомої ваги;
- розрахунок одиночних параметричних індексів;
- розрахунок групових параметричних індексів за нормативними, технологічними й економічними параметрами;
- розрахунок інтегрального показника конкурентоздатності певного виду сиру;
- підготовка висновків щодо конкурентоспроможності певного виду сиру;
- розробка заходів щодо підвищення конкурентоспроможності певного виду сиру та оцінювання витрат на їх реалізацію.

В економічній теорії [2; 8] поняття «рівень конкурентоздатності» (К) пов'язують із відношенням показників конкурентоздатності продукції конкретної фірми (Кф) і її конкурента (Кк).

Таблиця 1

Характеристика виду сиру
для дослідження їх конкурентоздатності

Об'єкт дослідження	Характеристика
Ціна та якість	Важливі характеристики конкурентного типу сиру для споживача, але їх оптимальне співвідношення не гарантує ринкового успіху продукції. На оцінку конкурентної марки сиру впливають смаки, звички. Сукупність стійких уявлень (інколи суто емоційних) і створює імідж продукту
Імідж	Сформоване і постійно підтримане стійке позитивне уявлення споживачів про вид сиру, торгову марку, фірму. В основу продукту покладено якісні переваги одного виду сиру над іншим
«Дерево властивостей»	Графічне зображення багаторівневої (ієрархічної) структури, яка відтворює сукупність властивостей продукції сиру. «Дерево властивостей» має відображати функціональність, естетичність, економічність, екологічність певного виду сиру, що досліджується
Економічність певного виду сиру	Характеризують такі показники, як собівартість виробництва конкурентних видів сиру, ціни виробника, оптового та дрібнооптового торгівців, а також роздрібні ціни

Джерело: складено автором на основі [4, с. 185]

Якщо це відношення $K > 1$, то продукція цієї конкретної фірми вважається конкурентоздатною.

Рівень конкурентоздатності певного виду сиру на внутрішньому ринку національного господарства можна оцінити за системою одиничних або групових показників.

Одиничний показник конкурентоздатності показує співвідношення (у відсотках) показників однорідних параметрів порівнювальних видів сиру.

Груповий показник конкурентоздатності узагальнює одиничні показники і характеризує рівень задоволення потреби споживачів продукції сиру загалом. Тобто груповий показник поєднує функціонально-технологічні та економічні параметри певного виду сиру.

Груповий показник конкурентоздатності певного типу сиру за технологіко-економічними параметрами (Кт.е.п.) можна розрахувати за формулою:

$$K_{т.е.п.} = \sum_{i=1}^n a_i \frac{P_i}{P_{oi}}, \quad (1)$$

де n – кількість технологічних параметрів;

a_i – коефіцієнт вагомості i -го параметру (визначається на основі експертних оцінок);

P_i – абсолютне значення i -го технологічного параметру типу сиру, який оцінюється на конкурентоздатність;

P_{oi} – абсолютне значення i -го технологічного параметру товару-еталона.

Щодо групового показника конкурентоздатності певного типу сиру за економічними параметрами (Кц.п.), то його можна розрахувати так:

$$K_{ц.п.} = \sum_{i=1}^n \Pi_{oi} \frac{C_i}{C_{oi}}, \quad (2)$$

де n – кількість економічних параметрів певного типу сиру;

C_i – грошове вираження витрат i -го параметру у виробництві певного типу сиру;

C_{oi} – грошове вираження витрат i -го параметру у виробництві товару-еталона;

Π_{oi} – питома вага витрат виробництва типу сиру, який оцінюється на конкурентоздатність, у ціні продажу товару-еталона.

На думку окремих учених, яку також поділяє і автор, для оцінки узагальненого показника конкурентоздатності (K), можливе використання такої залежності [4, с. 198]:

$$K = 0,35K_{як} + 0,25K_{ціна} + 0,15K_{реал} + 0,10K_{рекл.}, \quad (3)$$

де $K_{як}$ – значення показника якості оцінюваного типу сиру;

$K_{ціна}$ – значення показника ціни оцінюваного типу сиру;

$K_{реал.}$ – значення показника реалізації оцінюваного типу сиру;

$K_{рекл.}$ – значення показника реклами оцінюваного типу сиру;

0,35; 0,25; 0,15; 0,10 – коефіцієнти значущості відповідно до показників якості, ціни, реалізації та реклами.

Якщо $K > 1$, то оцінюваний вид сиру є конкурентоздатним, якщо $K < 1$, то він поступається товару конкурента і якщо $K = 1$ – перебуває з ним на одному рівні.

На основі аналізу результатів оцінюваного виду сиру щодо його конкурентоздатності менеджментом виробничо-збутової компанії мають прийматись рішення щодо поліпшення управління конкурентоспроможністю даного виду продукції. Ці рішення стосуються етапів розробки певного типу сиру, його

виробництва, розподілу та просування на ринок національного господарства.

Висновки. Ефективна товарна політика виробників сиру національного господарства є запорукою їх комерційного успіху в умовах жорсткої конкурентної боротьби. Вона має базуватися лише на запитах і вподобаннях кінцевих споживачів. При цьому виробники сиру мають постійно вдосконалювати виробничо-технологічну діяльність щодо підвищення конкурентоздатності своєї продукції.

Важливе значення в товарній політиці виробників сиру має вдосконалення якості продукції сиру, що може бути предметом окремого дослідження.

Література:

1. Гаркавенко С.С. Маркетинг : [підручник] / С.С. Гаркавенко. – Київ : Лібра, 2002. – 712 с.
2. Економічна теорія. Політекономія. Практикум : [навч. посіб.] / В.Д. Базилевич, Н.І. Гражевська, І.І. Мазур [та ін.] ; за ред. В.Д. Базилевича ; 2-ге вид. стер. – К. : Знання, 2013. – 494 с.
3. Закон України «Про молоко та молочні продукти» від 24.06.2014 р. № 1870-IV // Відомості Верховної Ради України (ВВР). – 2014. – № 47. – Ст. 513.
4. Управління якістю : [навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл.] / В.Б. Захожай, Н.Г. Салухіна, О.М. Язвінська, А.Ю. Чорний ; за наук. ред. В.Б. Захожай. – К. : Персонал, 2011. – 936 с.
5. Котлер Ф. Маркетинг, менеджмент / Ф. Котлер ; пер. з англ. под ред. О.А. Третьяк, Л.А. Волковой, Ю.Н. Коптуревського. – СПб. : Питер, 1999. – 896 с.
6. Маркетингова товарна політика : [підручник] / Н.О. Криковцева, Л.Г. Саркісян, О.Ю. Біленький, Н.В. Кортельова ; за ред. Н.О. Криковцевої. – К. : Знання, 2012. – 183 с.
7. Мороз Л.А. Маркетинг : [підручник] / Л.А. Мороз, Н.І. Чухрай ; за ред. Л.А. Мороз ; 3-е вид. – Львів : Львівська політехніка, 2005. – 244 с.
8. Мочерний С.В. Економічна теорія : [навч. посіб.] / С.В. Мочерний ; вид. 4-те, стер. – К. : Академія, 2009. – 639 с.
9. Орехівський Г.А. Політекономія : [навч. посіб.] / Г.А. Орехівський ; 2-ге вид. – К. : Каравела, 2010. – 440 с.
10. Чеботар С.І. Маркетингова товарна політика : [підручник] / С.І. Чеботар, С.М. Боняр, О.П. Луцій [та ін.]. – К. : Преса України, 2007. – С. 263.

Парий Л.В. Маркетинговая товарная политика производителей сыра национального хозяйства

Аннотация. В статье освещены вопросы сущности, значения и необходимости постоянного совершенствования маркетинговой товарной политики украинскими производителями продукции сыра. Предложены характеристики видов сыра для исследования их конкурентоспособности.

Ключевые слова: товар, маркетинговая товарная политика, потребительские товары, продукция сыра, товарный ассортимент, рынок сыра, ассортимент продукции сыра, конкурентоспособность видов сыра.

Parii L.V. Marketing commodity politics of producers of cheese of national economy

Summary. Questions of essence, value and need of continuous improvement of marketing commodity politics by the Ukrainian production of cheese are considered. Cheese's types characteristics are offered for research their competitiveness.

Keywords: goods, marketing commodity politics, consumer goods, Cheese's production, commodity range, market of cheese, product range of cheese, competitiveness of cheese's types.

Пиливець В.М.,

к.е.н.,

старший викладач кафедри обліку і аудиту,
Вінницький навчально-науковий інститут економіки
Тернопільського національного економічного університету

ІННОВАЦІЙНО-ІНВЕСТИЦІЙНА СТРАТЕГІЯ РОЗВИТКУ ОЛІЄЖИРОВОГО ПІДКОМПЛЕКСУ УКРАЇНИ ТА ШЛЯХИ ЇЇ РЕАЛІЗАЦІЇ

Анотація. У статті розглянуто ключові моменти формування інноваційно-інвестиційної стратегії олієжирового підкомплексу України. Визначено принципи, етапи, пріоритети під час реалізації зазначеної стратегії. Сформовано систему оптимізації виробничих можливостей олієжирового підкомплексу на основі стратегічного ситуаційного аналізу.

Ключові слова: стратегія, інновація, організаційний потенціал, пріоритети розвитку.

Постановка проблеми. Стрімкий розвиток олієжирового підкомплексу України, враховуючи його загальнонаціональну значимість, специфічне місце у забезпеченні добробуту населення і продовольчої безпеки країни, потребує формування чіткої інвестиційно-інноваційної стратегії розвитку, завдяки реалізації якої підприємства підкомплексу зможуть посилити конкурентні позиції на ринку, більш ефективно використовувати свої внутрішні ресурси та згладити вплив кон'юнктурних коливань на світовому та національному олієжировому ринку. Зміни, що з'являються в результаті реалізації інвестиційно-інноваційної стратегії, створюють основу, яка здатна забезпечити конкурентоспроможність олієжирового підкомплексу України в сучасних умовах розвитку глобальної економіки.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженню питань стратегічного розвитку підприємств присвячені праці таких зарубіжних учених, як: Р. Акофф, І. Ансофф, П. Друкер, М. Портер, А. Стрікланд, А. Томпсон. Вагомий внесок у розробку зазначених напрямів дослідження зробили такі вітчизняні науковці, як П.Т. Саблук, С.П. Капшук, В.Г. Кухта, П.А. Лайко, О.Д. Витвицька та ін. Проте низка аспектів стратегії та практики активізації інноваційно-інвестиційного розвитку переробних галузей країни залишаються недостатньо вивченими. Специфічні умови діяльності вітчизняних переробних галузей, у тому числі й олієжирової, вимагають подальших досліджень проблемних питань стратегічного розвитку підприємств для можливості надання практичних рекомендацій.

Виділення невиділених раніше частин загальної проблеми. Багато різноманітних аспектів щодо формування інноваційно-інвестиційної стратегії залишаються недостатньо розкритими і потребують більш глибокого вивчення. Це пов'язано з тим, що зараз створюються нові умови функціонування товарних ринків і формування стратегій розвитку галузі як ніколи є актуальним.

Метою статті полягає у вивченні особливостей формування інноваційно-інвестиційної стратегії розвитку олієжирового підкомплексу України та визначенні умов для її успішної реалізації.

Виклад основного матеріалу дослідження. Вдосконалення організації виробництва й підвищення його ефективності можливо шляхом реалізації стратегії в системі виробничо-збутових координат.

Якщо під загальною стратегією розуміється спільний план дій, а під стратегією організації – комплекс довгострокових заходів, спрямованих на забезпечення життєздатності організації і підвищення її конкурентоспроможності, то ділова стратегія містить у собі визначення підприємством довгострокових пріоритетів, цілей, планів і методів їх досягнення, що охоплюють усі сфери її господарської діяльності. Крім того, мають місце й такі елементи стратегічного управління, як «стратегія виживання», «маркетингова стратегія», «продуктово-ринкова стратегія», «стратегія активного впливу» та ін.

У класичному розумінні інноваційно-інвестиційна стратегія – це запрограмований результат інтелектуальної праці суб'єкта управління, заснований на принципах і розподілений по етапах [4, с. 58].

Дослідження категорійного апарату «інноваційно-інвестиційна стратегія» дало змогу сформувати основні трактування даної категорії. В.Н. Сердюк вважає, що інноваційно-інвестиційна стратегія становить пошук і відбір напрямів ринкових можливостей, а також пошук інвестиційних ресурсів і механізмів їх залучення для реалізації виділених напрямів. Інноваційно-інвестиційна стратегія є підлеглою по відношенню до загальнооекономічної стратегії розвитку, тому що здійснюється в її рамках. З іншого боку, інноваційно-інвестиційна стратегія, що розробляється в процесі аналізу існуючих і потенційних джерел та механізмів фінансування інвестицій, впливає на загальнооекономічну стратегію і в низці випадків призводить до її коригування [5, с. 16].

Згідно з Н.Ю. Романенко, інноваційно-інвестиційна стратегія покликана забезпечувати всі основні напрями розвитку інноваційної діяльності підприємства та інвестиційних відносин шляхом застосування наукових принципів формування довгострокової інноваційно-інвестиційної мети, вибору найбільш ефективних шляхів її досягнення, своєчасного коригування напрямів формування і використання інвестиційних ресурсів за зміни умов зовнішнього середовища [6, с. 9].

Саме розробка інноваційно-інвестиційної стратегії зможе знайти вираження в інноваційних та інвестиційних програмах і великих проектах, які охоплюватимуть усі стадії технологічного циклу і на основі яких можна буде зробити прогноз на тривалий період функціонування підприємства.

Олієжировий підкомплекс в економіці України характеризується значним внеском у виробництво та реалізацію продукції АПК і харчової промисловості, питомою вагою в їх

структурі, особливою роллю у вирішенні проблем внутрішньої продовольчої безпеки, формуванні національного фонду споживання, збільшенні експортного потенціалу країни, внеску у формування Зведеного бюджету України, соціальної значимості та мультиплікативного ефекту від галузі. Специфічні особливості підкомплексу пов'язані із задоволенням фізіологічних потреб людини в олії та жирах, комплексною переробкою олійної сировини, високим ступенем залежності від сільського господарства, високою ресурсомісткістю та концентрацією виробництва, експортною орієнтацією галузі [2].

На функціонування підприємств олійно-жирової промисловості України значною мірою впливають такі фактори: тенденції розвитку сучасних ринків, жорстка конкуренція на внутрішніх та зовнішніх продовольчих ринках, постійно зростаючі вимоги до якості та безпечності товару, його ціни, ступеня задоволення споживачів, а також посилення впливу нових сучасних технологій.

Робота олієжирових підприємств пов'язана з низкою специфічних особливостей, які необхідно враховувати під час розробки стратегії розвитку, а саме: вимушена сезонність та висока залежність роботи олійно-жирових підприємств від ситуації на ринку соняшника, неповна завантаженість виробничих потужностей окремих виробництв, експортна орієнтація олійно-жирової промисловості, недостатність обігових коштів тощо [3, с. 14].

Дослідження діяльності олієжирових підприємств дало змогу визначити коло основних стратегічних завдань із досягнення конкурентних переваг, на вирішення яких були спрямовані прямі інвестиції:

- підвищення прибутковості;
- формування технологічних ланцюгів;
- послаблення конкуренції і впливу на ціни;
- диверсифікація ризиків;
- подальший перепродаж підприємств;
- «захоплення» території.

До основних принципів формування інноваційно-інвестиційної стратегії в олієжировому підкомплексі України нами віднесено:

- зосередження дій усіх органів управління в одному напрямі;
- зміцнення існуючих і формування нових конкурентних переваг;
- поєднання дій щодо співробітництва, «захисту» або «нападу» в напрямі конкуренції;
- спланований, обґрунтований і довгостроковий характер дій;
- врахування реальних фінансових можливостей компанії, що спирається на об'єктивну оцінку її ринкового, виробничого, технологічного та трудового потенціалу;
- дотримання норм чинного законодавства.

Нами виділено такі організаційні етапи реалізації інноваційно-інвестиційної стратегії олієжирового підкомплексу України:

Перший етап – прийняття рішення про розробку інвестиційної програми, спрямованої на зміцнення конкурентних переваг.

Другий етап – стратегічний аналіз конкурентних переваг.

Третій етап – розробка інвестиційної стратегії компанії.

Четвертий етап – визначення організаційної концепції прямого інвестування.

П'ятий етап – оцінка інвестиційної стратегії.

Шостий етап – реалізація стратегії та її моніторинг.

При цьому дані етапи необхідно їх оцінити з позицій таких підходів: регіонального, капітальних вкладень, вартісного, портфельних інвестицій, венчурного фінансування, «дослідницького наповнення», додаткової прибутковості, економічного, маркетингового, еклектичного, креативного та використання методів оцінки: ефективності, дисконтованих грошових потоків, техніко-економічного аналізу, а також дохідного, витратного та ін.

Пріоритетами галузевої політики під час реалізації зазначеної стратегії розвитку є:

1. Підтримка організацій, що функціонують у межах олієжирового підкомплексу, продукція яких успішно реалізується в інших регіонах і за кордоном (відстрочення або розстрочення податкових платежів, надання позичок на пільгових умовах та інші заходи державної підтримки з наданням переваги інноваційно активним підприємствам).

2. Залучення з інших сфер господарюючих суб'єктів переважно «чистих» галузей, наукоємних, високотехнологічних виробництв.

3. Залучення підприємств галузі до участі в різних ярмарково-виставкових місіях, презентаціях, що проводяться як в Україні, так і за кордоном, з метою пропаганди вітчизняних товаровиробників та їх виробничих досягнень.

4. Сприяння використанню високих технологій для модернізації галузі.

5. Підтримка створення та виробництва високотехнологічної та наукомісткої продукції, використання нової техніки і технологій;

6. Підтримка співробітництва та зміцнення ділових зв'язків з іншими регіонами в галузі.

7. Сприяння господарюючим суб'єктам у розширенні ринку збуту продукції через розвиток мережі міжрегіональних зв'язків.

8. Сприяння впровадженню систем сертифікації товарів і послуг для підвищення їх конкурентоспроможності на міжрегіональних та міжнародних ринках.

Сфера товарного виробництва є основою економіки та основним джерелом наповнення бюджетів усіх рівнів, тому підвищення потенціалу виробничої сфери є основою розвитку регіональних ринків. За допомогою створення в регіонах торгових домів або торговельних представництв можливе проведення низки заходів щодо зміцнення та розвитку галузевої системи.

Тільки незначна частина організацій гармонічно використовує складники успішного просування продукції на зовнішні ринки.

Етапи технології підвищення потенціалу виробничої сфери реалізуються в таких напрямках:

1. Моніторинг менеджменту та маркетингової культури підприємств виробничої сфери олієжирового підкомплексу.

2. Класифікація і групування всіх господарюючих суб'єктів за рівнем розвитку менеджменту та маркетингової культури.

3. Розподіл організацій за рівнем розвитку всередині галузі.

4. Моніторинг зовнішньо- та внутрішньогалузевого стану.

5. Розробка комплексу заходів для кожної групи підприємств за рівнем розвитку з метою підвищення їх положення всередині групи, а також для створення умов переходу у вищу групу.

Тому до основних завдань сучасного етапу розвитку олієжирового підкомплексу відносимо: підвищення якості підприємницьких ресурсів, формування оптимальних господар-

ських зв'язків, які дають змогу ефективно керувати сировинними і товарними потоками.

Можливими шляхами реалізації зазначеної стратегії є впровадження нововведень і новацій на діючих підприємствах галузі та технічне переозброєння комплексу. За рахунок зміни технологічної та відтворювальної структури капітальних вкладень у галузь можна досягти швидкого оновлення матеріально-технічної бази та основних виробничих фондів у переробній промисловості.

У результаті реалізації ефективних управлінських рішень щодо перерозподілу інвестицій та використання зазначеної відтворювальної структури в олієжировій індустрії вдасться не тільки покращити можливості експлуатаційного потенціалу шляхом технічного переоснащення галузі, а й на 100% заповнити переробні потужності виробничих підприємств.

Нами розроблено модель оптимізації виробничих можливостей олієжирового підкомплексу на основі стратегічного ситуаційного аналізу (рис. 1).

Основою даної моделі співпраці є інформаційно-аналітичний блок, що сприяє галузевому розвитку, оскільки на підприємствах галузі спостерігається стійке зростання випуску продукції, маркетингове супроводження продукції на товарні ринки, активне заповнення нових сегментів ринку. Багато в чому це викликано ефективною роботою маркетингових служб підприємств (там, де вони є), високою кваліфікацією їхнього персоналу.

Але, незважаючи на це, в основній масі в організаціях олієжирового підкомплексу роль і стан маркетингових служб, а також кваліфікація працівників залишаються на низькому рівні. З метою підвищення маркетингового потенціалу виробничої сфери необхідно:

- проведення моніторингу маркетингових служб усіх організацій галузі;
- утвердження практики формування довгострокових планів маркетингового розвитку організацій галузі;
- формування електронної інформаційної бази даних господарюючих суб'єктів олієжирового підкомплексу;

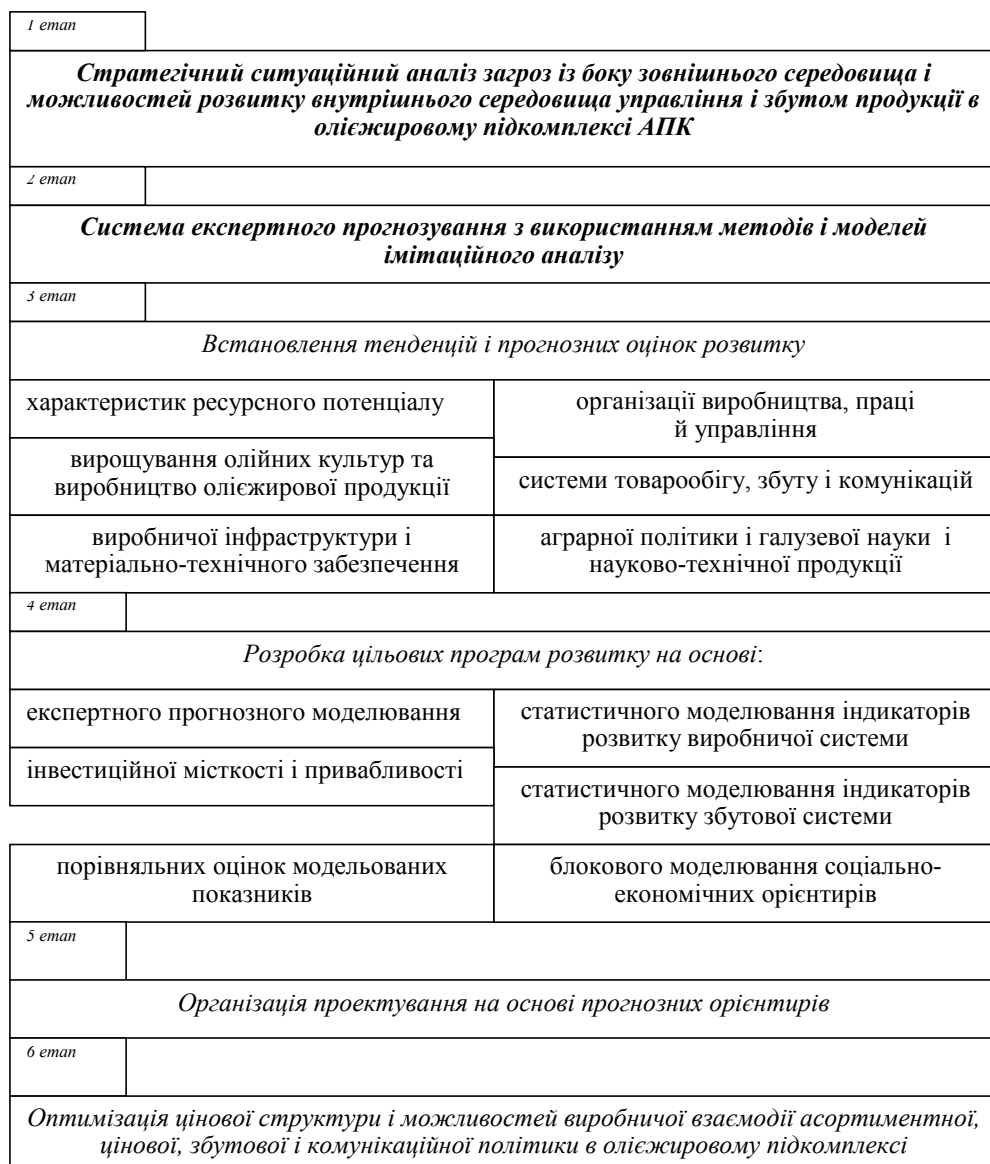


Рис. 1. Система оптимізації виробничих можливостей олієжирового підкомплексу на основі стратегічного ситуаційного аналізу

Джерело: складено автором

– активізація промислової політики у сфері просування продукції господарюючих суб'єктів на зовнішні ринки та в інші регіони держави.

Реалізація стратегічних пріоритетів розвитку олієжирового підкомплексу має бути підкріплена пропагандистськими заходами. Крім створення формальних інститутів, необхідно докласти зусиль щодо трансформації старих і запровадження нових неформальних інститутів (звичаїв торгівлі, ділового обороту, правил ведення бізнесу тощо), які забезпечують ефективність ринкової економіки і дієвість державного регулювання економікою.

У цьому питанні необхідна ідеологічна підтримка стратегії розвитку, у межах якої пропонується виконати таке:

1) для галузевих об'єднань товаровиробників розробити кодекси ведення діяльності, що охоплюють правила поведінки на даному ринку та порушення яких призводить до виходу зі спілки порушника та його усунення від участі у справах об'єднання;

2) здійснити широкомасштабну пропаганду та рекламну кампанію за участю об'єднань і держави щодо правил чесної конкуренції з метою висвітлення вжитих покарань до порушників у засобах масової інформації;

3) сприяти налагодженню тісного контакту між жителями сільських територій та владою різних рівнів, для чого в регіонах і на національному рівні створити апеляційні органи, які б реагували на скарги працівників села і переробної промисловості, з оприлюдненням відповідної інформації про корупцію і порушення в засобах масової інформації та інформаційних засобах теле- і радіокомпаній;

4) провести роз'яснювальну кампанію головних складових з реформування та проведення аграрної політики держави, підвищити роль районних консалтингових служб, які, крім технологічних, економічних та юридичних консультацій, повинні взяти на себе певну ідеологічну роботу на договірній основі із зацікавленими владними структурами, а також Інтернету, який здатний забезпечувати індивідуальний підхід до кожного користувача і в перспективі може перетворитись у потужну ідеологічну машину.

Висновки. Стратегія інноваційно-інвестиційного розвитку вітчизняного олієжирового підкомплексу з врахуванням процесів глобалізації та підвищення рівня конкуренції на світових ринках має ґрунтуватися на створенні новітніх організаційних структур кластерного типу, до участі у формуванні яких мають долучатися провідні підприємства галузі та спеціалізовані виробництва, що технологічно з ними пов'язані.

Відтак, діяльність щодо реалізації стратегії інноваційно-інвестиційного розвитку олієжирового підкомплексу пропонується здійснювати за такими напрямками: моніторинг менеджменту та маркетингової культури підприємств виробничої сфери олієжирового підкомплексу; класифікація і групування всіх господарюючих суб'єктів за рівнем розвитку менеджменту та маркетингової культури; розподіл організацій за рівнем роз-

витку всередині галузі; моніторинг галузевого та внутрішньогалузевого стану; розробка комплексу заходів для кожної групи підприємств за рівнем розвитку, диференційованої системи державної підтримки з метою підвищення їх положення всередині групи, а також для створення умов переходу у вищу групу.

Література:

1. Бритвенко А.С. Функціонування олійно-жирового комплексу України / А.С. Бритвенко // Вісник Бердянського університету менеджменту і бізнесу. – 2013. – № 1(21). – С. 20–23.
2. Бутенко Л.М. Стратегічні напрями розвитку підприємств олійно-жирової промисловості / Л.М. Бутенко // Стратегія підприємства: зміна парадигми управління та інноваційні рішення для бізнесу : зб. матеріалів Міжнар. наук.-практ. конф. (Київ, 14–15 лист. 2013 р.); редкол. : О.В. Востряков (гол.) [та ін.]. – Київ : КНЕУ, 2013. – С. 16–18.
3. Манойленко О.В. Специфічні особливості олійно-жирової галузі як об'єктивна необхідність її державної підтримки / О.В. Манойленко, Т.А. Жадан // Інноваційна економіка. – 2013. – № 1. – С. 12–15.
4. Стратегічні виклики ХХІ століття суспільству та економіці України : у 3-х т. Т. 1. Економіка знань – модернізаційний проєкт України / За ред. В.М. Гесця, В.П. Семиноженка, Б.Є. Кваснюка. – К. : Фенікс, 2007. – 520 с.
5. Сердюк В.Н. Ретроспективне і сучасне визначення сутності інноваційно-інвестиційного процесу / В.Н. Сердюк // Економіка і організація управління. – 2009. – № 2(6). – С. 13–21.
6. Романенко Н.Ю. Роль инновационно-инвестиционной стратегии в процессе стратегического развития предприятия / Н.Ю. Романенко // Журнал научных публикаций аспирантов и докторантов, 2009. – 245 с.

Пилявец В.Н. Инновационно-инвестиционная стратегия развития масложирового подкомплекса Украины и пути ее реализации

Аннотация. В статье рассматриваются ключевые моменты формирования инновационно-инвестиционной стратегии масложирового подкомплекса Украины. Определены принципы, этапы, приоритеты при реализации указанной стратегии. Сформирована система оптимизации производственных возможностей масложирового подкомплекса на основе стратегического ситуационного анализа.

Ключевые слова: стратегия, инновация, организационный потенциал, приоритеты развития.

Pyliavets V.N. Innovative-investment strategy of the Ukrainian Oil and Fat Subcomplex development and the ways of its realization

Summary. In the article the key aspects as for the formation of the innovative-investment strategy of the Ukrainian Oil and Fat Subcomplex are regarded. The principles, stages and priorities within the mentioned strategy are maintained. At the result of the research the author formed the system of the optimization of the producing possibilities of Oil and Fat Subcomplex based on the strategic situational analysis.

Keywords: strategy, innovation, organizational potential, development priorities.

Пугачевська К.Й.,

к.е.н., доцент,

доцент кафедри менеджменту та управління економічними процесами,
Мукачівський державний університет

СФЕРА ПОСЛУГ В УКРАЇНІ: ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ ТА СТРАТЕГІЧНІ ПЕРСПЕКТИВИ

Анотація. У статті досліджено стан та проблеми функціонування ринку послуг у сучасних умовах, проаналізовано тенденції та особливості його розвитку. Наведено теоретико-методологічні підходи до поняття та класифікації послуг. Запропоновано основні стратегічні напрями та завдання щодо розвитку сфери послуг в Україні.

Ключові слова: послуга, сфера послуг, тенденції розвитку, економічна політика, сервісна економіка, якість життя.

Постановка проблеми. Сфера послуг є важливим сектором економіки розвинутих індустріальних країн та займає все більш стійкі позиції у світовому господарстві. Для багатьох країн характерними є тенденції збільшення обсягів виробництва послуг, зростання доходів від сервісної діяльності, зростання зайнятості в цій сфері, загострення конкуренції, збільшення експорту та імпорту послуг. Зміни, які відбуваються в сервісному секторі у світовому масштабі, настільки суттєві, що сучасну економіку визначають як «сервісну» або «економіку послуг».

Із початку 30-х років XX ст. послуги в окремих країнах світу стають основним об'єктом товарно-грошових відносин у результаті четвертого великого суспільного поділу праці – відокремлення сфери послуг від матеріального виробництва, внаслідок чого сфера послуг набуває найдинамічнішого розвитку. Сфера послуг – система галузей народного господарства, продукти, споживча вартість яких виражається в наданні зручностей.

Актуальність усебічного дослідження ринку послуг зумовлена його багатогранністю та суспільною значущістю. Необхідність виявлення основних тенденцій та закономірностей розвитку сфери послуг із метою підвищення її конкурентних переваг зумовлює актуальність цієї роботи.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Характеристику окремих аспектів сфери послуг висвітлено в працях Дж. Бастіа, А. Сміта, Ж.-Б. Сея, К. Маркса, А. Маршалла та ін. Обґрунтування тези про зростання ролі сектора послуг у розвитку сучасної економіки знаходить своє підтвердження в працях таких зарубіжних учених, як Дж. Белл, З. Бжезінський, Дж. Гелбрейт, П. Друкер, М. Кастельє, К. Кларк, У. Росту, А. Тоффлер та ін. Значний внесок у дослідження названої проблеми зробили такі вчені, як В. Алопій, Г. Башнянін, А. Босак, І. Бочан, Т. Бурменко, Н. Даниленко, В. Геєць, В. Герасимчук, Б. Данилишин, В. Зайцев, В. Козик, І. Крючкова, В. Куценко, Е. Лібанова, С. Мочерний, Я. Остафійчук, Л. Панкова, А. Філіпенко, Г. Шутак та ін.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. У роботах наведених вище авторів досліджуються методологічні, теоретичні та практичні аспекти розвитку сфери послуг в Україні та світі. Аналіз опублікованих робіт, матеріалів наукових конференцій і дискусій, присвячених дослідженню цієї багатогранної проблеми, показав, що вона має ще багато недосліджених теоретичних питань та невирішених практичних проблем.

Мета статті полягає у визначенні особливостей розвитку сфери послуг у сучасному економічному просторі, аналізі структури виробництва послуг в Україні та визначенні пріоритетних напрямів економічної політики для забезпечення стійкого розвитку сфери послуг.

Виклад основного матеріалу дослідження. У сучасній економіці роль та значення послуг істотно зросли, проте економічною наукою досі не вироблено загальноприйнятого поняття послуги. Триває дискусія щодо сутності послуг, їх ролі та місця в економічній діяльності, відповідно, відсутні легальне й єдине визначення поняття «послуга» та загальноприйнята систематизація сфери послуг. Це пов'язано з тим, що сутність послуги можна розглядати з різних точок зору: як економічну категорію; як вид діяльності; як сферу; як грошовий потік.

К. Маркс поняття послуги пов'язував із дією споживчої вартості товару або певної діяльності. Він уважав, що послуга є не що інше як корисна дія тієї чи іншої споживчої вартості – чи то товару, чи то праці [1]. Таким чином, К. Маркс визначив послуги як у формі безпосередньої діяльності суб'єктів, тобто праці, так і у формі дії товару, речі. Діяльність розглядається як антипод речі, тобто мається на увазі не будь-яка діяльність, а лише та, що не дає уречевленого результату. Методологічно важливим є положення щодо визначення поняття послуги з точки зору не просто дії, а дії корисної.

На думку А. Михайлова, послуга визначається і як трудова корисна діяльність людини (групи людей), результати якої дістають вияв у корисному ефекті, що задовольняє будь-яку потребу суспільства [2, с. 51]. Цей суспільно корисний ефект (або благо) виступає не у формі речей, а у формі діяльності.

Із наведених визначень видно, що аналіз тлумачення сутності послуги як результату діяльності у відриві від самої діяльності є непродуктивним, оскільки в підсумку всі прибічники аналізованої концепції визначали послуги через діяльність та/або дію.

Через результат діяльності визначає послугу і Н. Федосенко, відзначаючи, що діяльність і результат, на перший погляд, виступають як «рівнозначні» величини, якщо вважати, що задоволення потреби можливе лише за допомогою діяльності. Якщо ж виходити з того, що діяльність є не самоціллю, а засобом досягнення мети – задоволення потреби, то акцент у визначенні послуги, зазначає автор, зміщується саме до результату, адже дуже складно визначити мету діяльності. Логічною є дефініція «результат діяльності». Вона відповідає, на думку автора, по-перше, меті, яку переслідує замовник, – чіткому усвідомленню виконавцем того, що задоволення його економічного інтересу можливе виключно через задоволення потреб конкретної особи [3, с. 28].

Американські вчені К. Макконелл і С. Брю сутність послуг визначили як те, що не має матеріального результату, вираженого в певному предметі, речі, результат є невідчутним, неосяжним (невидимим) і надається в обмін на те, за що споживач, підприємство або уряд готові платити [4, с. 965].

За визначенням Ф. Котлера, «послуги – це об'єкти продажу у вигляді дій, вигод або задоволення, відповідно, послуги не зберігаються, і клієнту пропонується щось таке, що не має матеріальної форми» [5].

Л. Співак визначає послуги як результати економічної діяльності, які набувають матеріально-речової форми і задовольняють певні потреби людей [6]. Порівняно з товарами виробничої сфери послуга – товар, що характеризується такими особливостями: вона не набуває матеріально-речовинної форми; є фізично неосяжною; є невіддільною від джерела (економічної діяльності) та об'єкта послуги; її неможливо накопичувати та зберігати; є індивідуальною та плинною по якості.

Ринок послуг порівняно з іншими ринками товарів має певні особливості та характеризується: високою швидкістю обороту капіталу внаслідок більш короткого виробничого циклу; територіальною сегментацією і локальністю; високою диференційованістю продукту в одній і тій же галузі; індивідуальністю і нестандартністю наданих послуг і технологій у багатьох галузях сфери послуг; високою невизначеністю результату під час надання послуг, наявністю асиметрії маркетингової інформації; високою чутливістю до ринкової кон'юнктури [6].

Професор В. Апопій зазначає, що сферу послуг утворюють різноманітні і різнірідні галузі діяльності, які створюють матеріальні та нематеріальні послуги, що дає підстави стверджувати про неї як про сукупність економічно неоднорідних ринкових сегментів, тобто як цілісну систему, складниками якої є різні види послуг, які потрібні населенню та суспільству для нормальної життєдіяльності загалом та для задоволення потреб кожної людини зокрема [7, с. 26].

Ринок послуг складається з окремих ринків, кожен з яких функціонує і розвивається з певними особливостями. Дослідники сфери послуг розробили значну кількість класифікацій, в яких використані такі критерії, як: відчутність, характер попиту, обсяг послуг, складність, рівень кваліфікації, трудомісткість, економічна та соціальна орієнтація, ступінь контактності зі споживачем.

Сервісна сфера охоплює значну кількість видів діяльності, об'єднаних у групи за допомогою різних класифікацій, що використовуються як на міжнародному, так і на національному рівнях. Так, у рамках класифікації ВТО (Всесвітньої торгової організації – World Trade Organization) виділено понад 150 видів послуг, згрупованих у 12 секторів. Поряд із класифікацією ВТО у світовій практиці використовуються класифікація Організації економічного співробітництва і розвитку (Organisation for Economic Cooperation and Development), Міжнародна стандартна галузева класифікація всіх видів економічної діяльності (International Standard Industrial Classification of All Economic Activities) та ін.

Зі сферою послуг у сучасному економічному просторі пов'язані практично всі види діяльності, причому послуги надають не тільки традиційно сервісні, але й промислові підприємства, які здійснюють гарантійне і післягарантійне обслуговування виробленого продукту, транспортні послуги, інформаційну підтримку та ін.

У розвинених країнах частка сфери послуг становить до 70% ВВП країни (США, Франція, Нідерланди – 70%; Австрія,

Італія, Іспанія, Норвегія, Коста-Ріка – 50–60%). В останні десятиріччя відзначаються не тільки зміни в галузевій структурі світового господарства, але й значне зростання частки населення, зайнятого у виробництві послуг. У багатьох країнах світу цей показник перевищує відповідні значення для промислового виробництва. У тих країнах, які не відносяться до групи високорозвинутих, сектор послуг також відіграє важливу роль. Це стосується насамперед тих країн, які володіють унікальними природними ресурсами, і/або країн, на території яких знаходяться пам'ятки всесвітньої культурної спадщини. Основну роль в їх економіці відіграють туристичні послуги, фінансово-кредитна сфера, транспорт та ін. Так, доля сфери послуг у ВВП становила на Ямайці, у Парагваї – 61%, у Тунісі – 60%.

Для України, як і для багатьох країн світу, характерна яскраво виражена тенденція зростання частки сервісного сектору у ВВП (43,67% у 2013 р. порівняно з 32,96% у 2001 р.). Незважаючи на динамічний розвиток ринку послуг України, можна стверджувати, що послуги, представлені на українському ринку, розвиваються нерівномірно як за видами економічної діяльності, так і за регіонами країни.

У 2014 р. на ринку послуг функціонувало 61,6 тис. підприємств – юридичних осіб та їхніх відокремлених підрозділів, основним видом діяльності яких є надання нефінансових послуг (69,9 тис. підприємств у 2013 р., тобто зменшення на 11,8% порівняно з минулим роком). Найбільшою у 2014 р. була кількість підприємств, що здійснювали операції з нерухомим майном – 13,9 тис., або 24,0% загальної кількості тих, що надавали споживачам послуги. Підприємств, що діяли у сфері професійної, наукової та технічної діяльності – 11,4 тис., або 19,6%; транспорту, складського господарства, пошти та кур'єрської діяльності – 8,6 тис., або 14,9%; у сфері адміністративного та допоміжного обслуговування – 7,1 тис., або 12,3%; інформації та телекомунікацій – 5,7 тис., або 9,8%; охорони здоров'я та надання соціальної допомоги – 2,7 тис., або 4,7%; надання інших видів послуг – 2,3 тис., або 3,9%; освіти – 1,8 тис., або 3,2%. На частку підприємств інших видів діяльності припадало 7,6% їхньої загальної кількості [8].

Обсяг реалізованих послуг підприємствами сфери нефінансових послуг у 2014 р. становив 365,0 млрд. грн., що на 3,4 млрд. грн. більше, ніж у 2013 р. У 2013 р. обсяг реалізованих послуг порівняно з 2012 р. збільшився на 7,7% (з урахуванням зміни цін). Більше половини обсягу послуг реалізовано підприємствами трьох регіонів: м. Київ, Одеської та Дніпропетровської областей.

Результати аналізу обсягу реалізованих послуг по регіонах України підтверджують, що найбільше послуг у 2013 р. реалізовано у Києві – 134 209,4 млн. грн. (37,5% загальноукраїнського рівня). Серед областей найвищий показник характерний для Одеської області (29 239,1 млн. грн., 8,2% до загальноукраїнського показника), яка має високий туристичний потенціал та вдале транспортне сполучення. На промислово розвинуті регіони (Донецька і Дніпропетровська області) у 2013 р. припадає 6,5% та 5,8% відповідно обсягів реалізованих послуг. В областях Західного регіону даний показник коливається від 0,4% (Чернівецька область) до 4,2% (Львівська область) до загального показника по Україні [8].

У структурі загального обсягу реалізованих послуг у 2014 р. найбільшу питому вагу займали послуги транспорту та зв'язку – 50%. Майже третину загального обсягу послуг транспорту (32,1%) становили послуги підприємств вантажного автомобільного транспорту. Послуги з інформації та телеко-

мунікацій за значимістю мали друге місце (частка цих послуг у 2014 р. становила 20,1%). Близько двох третин (63,3%) цих послуг припадало на послуги телекомунікацій (електрозов'язку). У 2013 р. частка цих послуг зменшилася порівняно з 2012 р. на 2,4 в. п. і становила 19,8%.

Третіми за значимістю в загальному обсязі послуг у 2014 р. стали послуги з професійної, наукової та технічної діяльності (39,9 млрд. грн.). У 2013 р. частка послуги з професійної, наукової та технічної діяльності у загальному обсязі послуг порівняно з 2012 р. збільшилася на 2,0 в. п. і становила 13,4%.

Частка послуг проведення операцій із нерухомим майном становила 9,2% в загальному обсязі реалізованих у 2014 р. послуг. Частка послуг діяльності у сфері адміністративного та допоміжного обслуговування – 6,6%, тимчасового розміщування та організації харчування – 5,0%, послуг у сфері мистецтва, спорту, розваг та відпочинку – 4,4%, частка послуг у сфері охорони здоров'я та надання соціальної допомоги – 2,1%.

Упродовж 2013 р. найбільшим попитом у споживачів користувалися послуги з рекламної діяльності і дослідження кон'юнктури ринку (41,2% загального обсягу послуг із професійної, наукової та технічної діяльності) та діяльності у сфері архітектури та інжинірингу (27,3%).

Частки послуг проведення операцій із нерухомим майном і послуг у сфері мистецтва, спорту, розваг та відпочинку в загальному обсязі реалізованих послуг у 2013 р. порівняно з 2012 р. збільшилися на 1,5 в. п. кожна. На 1,3 в. п. збільшилася частка послуг діяльності у сфері адміністративного та допоміжного обслуговування, на 0,1 в. п. – частка послуг у сфері охорони здоров'я та надання соціальної допомоги. Разом із тим відбулось зменшення частки послуг освіти на 0,2 в. п., поштової та кур'єрської діяльності – на 0,1 в. п.

Із точки зору задоволення потреб споживачів обсяг реалізованих у 2014 р. послуг у ринкових цінах становив 360,6 млрд. грн., із якого 236,7 млрд. грн., або 65,7%, припадало на обсяг послуг, реалізованих підприємствам, організаціям та установам (решта – населенню та іншим споживачам).

Обсяг послуг, реалізованих населенню, становив 78,8 млрд. грн., або 21,9% загального обсягу послуг, реалізованих усім споживачам. Найбільшу частку послуг, реалізованих населенню, становили послуги транспорту (22,4% загального обсягу послуг, реалізованих населенню) та послуги телекомунікацій (електрозов'язку) (20,9%). Крім зазначених, у населення користувалися попитом послуги у сфері мистецтва, спорту, розваг та відпочинку (17,0%), у сфері адміністративного та допоміжного обслуговування (9,1%), організації харчування (8,8%), з охорони здоров'я (6,1%), освіти (3,3%), із проведення операцій із нерухомим майном (2,9%), готелів і подібних засобів тимчасового розміщування (2,7%). Однією з причин зменшення попиту населення на деякі послуги є постійне підвищення цін (тарифів) на них. Порівняно з 2013 р. роздрібні ціни та тарифи на послуги зросли у середньому на 8,8% [9].

Активний розвиток сфери послуг обумовлений впливом цілої низки факторів, серед яких К. Лавлок виділяє такі, як [9]:

- політика держави, яка може використовувати такі інструменти впливу, як послаблення державного регулювання, приватизація сервісних організацій, зменшення обмежень у торгівлі послугами, посилення законів, направлених на зростання ступеню захисту прав споживачів і співробітників, посилення охорони навколишнього середовища;

- тенденції бізнесу, до яких відносять розширення сервісної діяльності промисловими підприємствами, розповсю-

дження франчайзингу, орієнтація організацій на підвищення якості послуг, фокусування уваги на запитах споживачів;

- удосконалення інформаційних технологій, яке передбачає розвиток інформаційних технологій і має прояв в інтеграції комп'ютерних і телекомунікаційних технологій, більш інтенсивному використанні комп'ютерної техніки і мережі Інтернет, появі нових і вдосконаленні традиційних видів послуг;

- соціальні зміни, які мають відображення в зростанні доходів населення, трансформації стилю життя, підвищенні культурно-освітнього рівня;

- інтернаціоналізація, яка знаходить відображення у виході організацій сфери послуг на нові ринки, активізації процесів злиття і поглинання на міжнародному рівні, розширенні діяльності транснаціональних сервісних компаній.

Роль сфери послуг проявляється в тому, що вона: є важливим сектором національного і світового господарства; відіграє важливу роль у розвитку людського капіталу; впливає на функціонування і розвиток матеріального виробництва; сприяє збільшенню вільного часу; створює можливості для повнішого задоволення і розвитку потреб людей і суспільства; є найважливішим елементом формування сучасної якості життя; забезпечує якість економічного зростання і підвищення конкурентоспроможності країни [10, с. 292].

Основними тенденціями розвитку ринку послуг є: зниження обсягів надання окремих видів послуг за рахунок скорочення фінансування неринкових послуг, зокрема соціальних та наукових; зміна структури попиту населення на платні послуги за рахунок збільшення частки житлово-комунальних і скорочення санаторно-курортних та оздоровчих; швидке заміщення неринкових послуг ринковими в освіті та медицині; збільшення розриву між платоспроможним попитом і пропозицією.

Висновки. Для подальшого розвитку сфери послуг необхідним є вирішення комплексу взаємоузгоджених завдань: формування сприятливих умов для підприємницької діяльності у секторі послуг; створення економічного та правового середовища; вдосконалення дії механізму місцевого самоврядування; залучення громади до активної участі у визначенні пріоритетних напрямів зростання ринку послуг; створення реальних можливостей кожному підприємству доступу до виробничих, матеріально-технічних та фінансових ресурсів; подальший розвиток комерційної системи інформаційного забезпечення підприємницької діяльності; застосування механізму партнерства для стимулювання розвитку перспективних видів діяльності у сфері послуг; здійснення заходів у галузі інвестиційної політики та сприяння інноваційному інвестуванню підприємств; підтримка в перспективі на відповідній науковій основі розвитку мережових та кластерних структур безпосередньо сервісного характеру (транспортно-логістичні, туристично-рекреаційні, культурно-розважальні) [11].

Для України актуальним є прискорений розвиток і, відповідно, експорт туристичних, фінансових, ділових, науково-дослідних, будівельних послуг. Ця сфера зовнішньоекономічної діяльності є серйозним потенціалом для збільшення експорту країни і тому заслуговує пріоритетної уваги. Суттєве розширення участі України у світовій торгівлі послугами потребує розробки відповідної стратегії діяльності в системі міжнародного поділу праці. Реалізація стратегії переходу сфери послуг на інноваційно-інвестиційну модель розвитку дасть змогу активізувати всі види економічної діяльності у виробництві та реалізації послуг, стане однією зі складових частин економічної безпеки країни.

Особливості регіоналізації в торгівлі послугами важливі для розробки стратегій і програм діяльності на конкретних ринках, зокрема на європейському, з огляду на європейський вибір України.

Література:

1. Маркс К., Енгельс Ф. Твори / К. Маркс, Ф. Енгельс ; 2-ге вид. – М. – Т. 23. – С. 189–190.
2. Михайлов А. Услуги как форма бизнеса / А. Михайлов // Предпринимательство, хозяйство и право. – 1999. – № 1. – С. 51.
3. Федосенко Н. До питання про місце договору з надання послуг у ході виконання маркетингових досліджень у системі цивільно-правових договорів / Н. Федосенко // Підприємництво, господарство і право. – 2005. – № 5. – С. 27–29.
4. Макконелл К.Р., Брю С.Л. Экономика: принципы, проблемы и политика / К.Р. Макконелл, С.Л. Брю ; пер. с 14-того англ. изд. – М. : ИНФРА-М, 2005. – XXXVI. – С. 965.
5. Котлер Ф. Основы маркетинга / Ф. Котлер, Г. Армстронг, Д. Сондерс и др. ; пер. с англ. – М. : Вильямс, 2006. – 942 с.
6. Співак Л.С. Формування ринку послуг в трансформаційній економіці : дис. ... канд. екон. наук : спец. 08.01.01 / Л.С. Співак. – К., 2002. – 192 с.
7. Апопій В.В. Організація і технологія надання послуг : [навч. посіб.] / В.В. Апопій [та ін.]. – К. : Академія, 2006. – 312 с.
8. Державна служба статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.ukrstat.gov.ua>.
9. Лавлок К. Маркетинг услуг: персонал, технологии, стратегии / К. Лавлок. – М. ; СПб. ; Киев : Вильямс, 2005.
10. Філіпенко А. Основні проблеми економіки розвитку / А. Філіпенко [та ін.] ; пер. з англ. – К. : Либідь, 2003. – 684 с.

11. Романків І.Я. Розвиток ринку послуг в Україні / І.Я. Романків // Фінанси України. – 2011. – № 11. – С. 38–45.

Пугачевская Е.И. Сфера услуг Украины: особенности развития и стратегические перспективы

Аннотация. В статье исследовано состояние и проблемы функционирования рынка услуг в современных условиях, проанализированы тенденции и особенности его развития. Приведены теоретико-методологические подходы к понятию и классификации услуг. Предложены основные стратегические направления и задачи по развитию сферы услуг в Украине.

Ключевые слова: услуга, сфера услуг, тенденции развития, экономическая политика, сервисная экономика, качество жизни.

Pugachevska K. Seervice sector in Ukraine: features and strategic development prospects

Summary. In the article the condition and problems of service market in current conditions are researched, the trends and features of its development are analyzed. An theoretical and methodological approaches to the concept and classification of services are represented. The basic strategic directions and objectives regarding the development of service sector in Ukraine are proposed.

Keywords: service, service sector, development trends, economic policy, service economy, quality of life.

Тимошенко О.В.,
к.е.н., доцент, докторант,
Національна академія управління

СИСТЕМА ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ НАЦІОНАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ ТА КОМПЛЕКСНИЙ МЕХАНІЗМ ЇЇ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ

Дослідження проведено в рамках наукової теми «Механізм державного регулювання забезпечення економічної безпеки держави» (державний номер реєстрації: 01150006584 – керівник теми – Тимошенко О.В.)

Анотація. У статті визначено сутність поняття «система економічної безпеки національної економіки», обґрунтовано визначальну роль розробки комплексного механізму її забезпечення, що дасть змогу створювати, управляти, аналізувати, контролювати стан економічної безпеки в цілому та в розрізі її функціонально-структурних, галузево-секторальних та просторово-територіальних компонент.

Ключові слова: економічна безпека, системний підхід, система економічної безпеки, комплексний механізм забезпечення, види механізму.

Постановка проблеми. Сучасні умови господарювання в переважній більшості національних економік є досить складними й унеможливають забезпечення економічної безпеки лише фрагментарними заходами. Необхідна комплексна спеціальна організація діяльності державної влади, яка направлена на максимальний захист від внутрішніх і зовнішніх загроз та створення безпечного макроекономічного середовища. Сьогодні питанням створення комплексного механізму забезпечення економічної безпеки держави, без якого неможливі сталий розвиток та стабільність країни, приділяється багато уваги, але шляхи ефективної розробки та реалізації такого механізму є дуже складними, враховуючи умови постійних трансформаційних процесів та поглинаючу стагнацію економіки України.

Отже, проблема економічної безпеки національної економіки є настільки складною, а процеси, що відбуваються в цій сфері, протікають настільки стихійно, що потрібні більш глибокі дослідження не лише сутності дефініції «економічна безпека», а й системи економічної безпеки в цілому з метою досягнення більш суттєвих загальнотеоретичних результатів і практичних рекомендацій про механізми навіть фрагментарної їх мінімізації.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблеми теоретико-методологічного формування та забезпечення системи економічної безпеки національної економіки досліджували такі вчені, як: А. Амоша, А. Баланда, О. Власюк, В. Геєць, В. Глушков, М. Єрмошенко, О. Кальмук, Т. Ковальчук, О. Коротич, О. Кравченко, Т. Луцик-Дубова, О. Мартин, В. Мартиненко, Є. Овчаренко, А. Пономаренко, В. Приходська, О. Рудковський, А. Сухоруков, Ю. Харізапшвілі, О. Федорчак, І. Федорович, О. Шевчук, В. Шлемко, Г. Чехович, О. Юркевич, Н. Юрків, О. Якименко та ін.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Незважаючи на достатньо велику чисельність сучасних наукових напрацювань із даної проблематики та базових учень економістів, які є фундаторами в царині науки про

економічну безпеку, недостатньо дослідженими залишилися питання сутності структурних складових елементів економічної безпеки, їх взаємозв'язку між собою та із навколишнім середовищем, що потребує дослідження даних дефініцій із позицій системного підходу з метою розробки ефективного механізму їх забезпечення.

Мета статті полягає в обґрунтуванні сутності системи економічної безпеки національної економіки як багатоструктурної складової частини національної безпеки, розробці комплексного механізму її забезпечення, направленою на мінімізацію, нейтралізацію та повну ліквідацію внутрішніх і зовнішніх загроз, які перешкоджають сталому соціально-економічному розвитку України.

Виклад основного матеріалу дослідження. Під економічною безпекою слід розуміти такий стан захищеності національної економіки від зовнішніх і внутрішніх загроз, який повинен сприяти і забезпечувати економічне зростання та підвищувати добробут і якість життя населення. Економічна безпека є багатогранною категорією, яка складається з великої кількості взаємопов'язаних та взаємозалежних структурно-системних складових.

Враховуючи зазначене, більш предметно потрібно зупинитися на понятійно-категоріальному апараті етимологічного походження сутності «системний підхід» та «система економічної безпеки», проаналізувати основні функціональні характеристики її складових. Отже, дослідження характеристик особливостей та визначення ролі даних дефініцій у структурі національної економіки та наукової економічної думки дадуть можливість упорядкувати належними чином основні компоненти цієї системи з метою ґрунтовної та всебічної оцінки причинно-наслідкових явищ і процесів їх взаємодії.

Впевнений розвиток системного підходу у науковому пізнанні та його експансія в усе більшу кількість сфер знань зумовили наукове оформлення системного підходу як наукової теорії, яка отримала назву загальної теорії систем. Дослідження низки вчених різних сфер і напрямів наукової думки дали змогу узагальнити основні переваги та можливості практичного розповсюдження теорії «системного підходу». Основні з них такі:

- системний підхід дає змогу встановити найбільш цінні структурні та динамічні властивості об'єкта, що зумовлюють його цілісне функціонування;

- системний підхід породжує принципово новий спосіб проведення досліджень, який дає можливість максимально повно встановити типологію, структуру та логіку взаємозв'язків елементів об'єкта, що зумовлюють цілісність його функціонування [1, с. 42–43].

Отже, в цілому системний підхід – це принципово новий якісний рівень пізнання об'єкта, явища чи будь-якого процесу

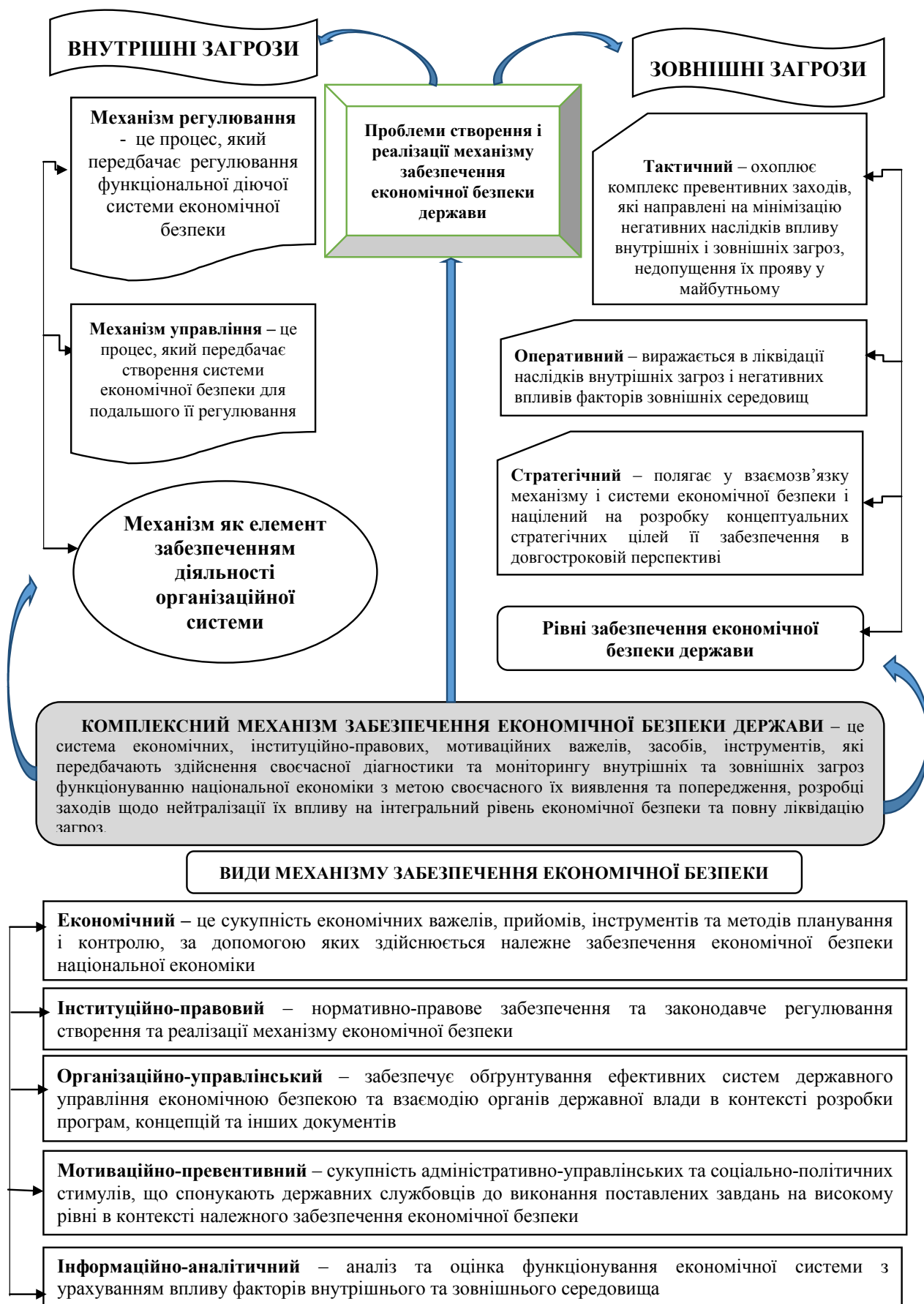


Рис. 2. Комплексний механізм забезпечення економічної безпеки держави

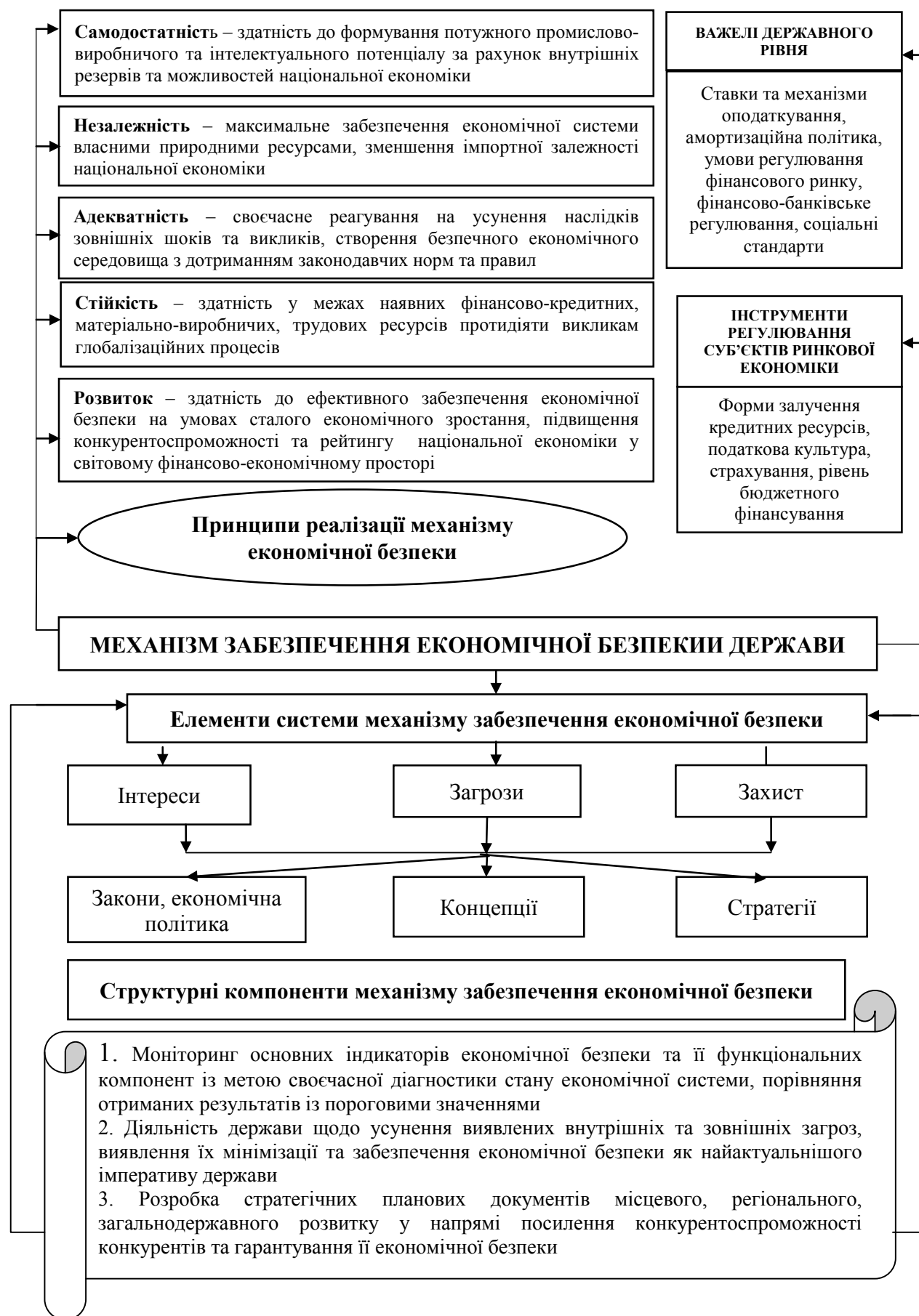


Рис. 3. Основні елементи механізму забезпечення економічної безпеки

Джерело: розроблено автором на основі [5; 13]

чай його використовують у поєднанні з такими дефініціями, як «механізм державного управління», «механізм регулювання», «механізм формування та ефективного функціонування», «організаційно-економічний, управлінський, мотиваційний механізм», «механізм забезпечення». При цьому слід зазначити, що в економічній літературі цей термін застосовується у переносному значенні, оскільки в перекладі з грецької він означає «зброя, машина», тобто запозичений із технічних наук [6, с. 401].

У механізмі забезпечення економічної безпеки об'єктивно мають поєднуватися ринкові та адміністративні важелі та методи. Таке поєднання проявляється у використанні економічних важелів управління забезпеченням економічної безпеки, які, своєю чергою, регламентуються адміністративно-правовими методами [7, с. 42].

Отже, на основі комплексного аналізу можна зробити висновок, що економічна дефініція «механізм забезпечення економічної безпеки» включає в себе не лише методи, види і функції управління, але й апарат управління в цілому, що дає змогу створювати, управляти, контролювати, впливати на стан економічної безпеки в цілому та координувати (підтримувати в прийнятті допустимих меж, не нижче порогових значень) її розмір у розрізі основних функціональних компонент.

На основі проведених системних досліджень поняття «механізм забезпечення» ми дійшли висновку, що на сьогодні залишається дискусійним питання щодо його комплексності як окремої універсальної категорії, яка, з однієї сторони, розглядається як неподільна й єдина, а з іншої – містить розгалужену структуру і складається з таких основних компонент (економічний, організаційний, адміністративний, мотиваційний, політико-правовий механізми тощо) [8–10]. Нами виділено такі основні види механізму забезпечення економічної безпеки: інституційно-правовий, організаційно-управлінський, економічний, інформаційно-аналітичний, мотиваційно-превентивний та основні його рівні: оперативний, тактичний та стратегічний.

Враховуючи окреслене, автором запропоновано розглядати механізм забезпечення економічної безпеки національної економіки комплексно, з урахуванням основних його видів, рівнів забезпечення та враховуючи безперервну його взаємодію із внутрішнім та зовнішнім середовищем, яке створює основні перешкоди та загрози його ефективній реалізації (рис. 2).

На рис. 3 структуровані основні елементи механізму забезпечення економічної безпеки та принципи його реалізації. Отже, основними елементами механізму забезпечення економічної безпеки повинні бути:

- своєчасний моніторинг стану та розвитку економічної системи національної економіки з метою виявлення реальних та потенційних зовнішніх та внутрішніх загроз у розрізі основних функціонально-структурних компонент економічної безпеки;
- порівняння виявлених загроз із пороговими значеннями з метою їх поділу на небезпечні та особливо критичні;
- вжиття адекватних заходів щодо негайної нейтралізації виявлених особливо небезпечних загроз та вжиття заходів зі сторони держави щодо їх недопущення та попередження.

Висновки. Отже, система економічної безпеки – це багатоструктурна складова частина національної безпеки, яка складається із взаємозалежних та взаємопов'язаних складників: функціонально-структурних, секторально-галузевих,

просторово-територіальних (регіональних), які взаємодіють між собою та навколишнім середовищем із метою ефективного функціонування системи в цілому. Стабільне функціонування основних підсистем економічної безпеки забезпечує стійкість та міцність реального та фінансового секторів економіки, довгострокове економічне зростання та високу якість життя населення.

Наші власні глибинні спостереження дають змогу дійти висновку, що глибока фінансова криза посилила рівень внутрішніх та зовнішніх загроз, суттєво знизивши при цьому рівень економічної безпеки національної економіки України. Усвідомлення значимості всіх реальних та потенційних загроз має важливе значення, оскільки вони визначають політику держави в розробці заходів щодо їх запобігання, отже, є орієнтиром для всіх суб'єктів економіки для формування і здійснення своєї стратегії розвитку. Кожний із цих факторів впливає на стан економічної безпеки по-своєму, що потребує їх системного та комплексного врахування в процесі розробки ефективного механізму державного забезпечення економічної безпеки. Механізм забезпечення економічної безпеки повинен окреслювати комплекс взаємопов'язаних та послідових організаційно-управлінських дій, розробку напрямів законодавчої та нормативно-правової баз у контексті визначення пріоритетних національних інтересів, постійний моніторинг факторів, які викликають загрози, можливість їх своєчасного усунення та нейтралізації. Невжиття відповідних заходів та розроблення дієвих механізмів може призвести до краху всієї економічної системи, соціальних катаклізмів та національної катастрофи.

Література:

1. Овчаренко Є.І. Система економічної безпеки підприємства: формування та цілепокладання : [монографія] / Є.І. Овчаренко. – Лисичанськ : ПромЕнерго, 2015. – 483 с.
2. Рудковський О.В. Структура системи економічної безпеки підприємства / О.В. Рудковський // Вісник Національного транспортно-університету. – 2014. – № 29(2). – С. 93–99.
3. Мак-Мак В.П. Служба безопасности предприятия как субъект частной правоохранительной деятельности : [монографія] / В.П. Мак-Мак. – М. : Спутник+, 2003. – 220 с.
4. Пономаренко А.І. Система економічної безпеки фірми / А.І. Пономаренко // Шлях України до економічної безпеки : матер. наук.-практ. конф. (Харків, 14 квітня 2006 р.). – Харків, 2006. – 302 с.
5. Юрків Н.Ю. Забезпечення економічної безпеки реального сектору економіки України : автореф. дис. ... д-ра екон. наук / Н.Ю. Юрків. – Київ, 2013. – 37 с.
6. Краткий экономический словарь / Под ред. А.Н. Азрилияна. – М. : Ин-тов. экономики, 2001. – 1088 с.
7. Кальмук О. Механізми забезпечення економічної безпеки України / О. Кальмук // Схід. – 2011. – № 2(109). – С. 40–42.
8. Коротич О.Б. Класифікація та зміст механізмів управління державою / О.Б. Коротич // Актуальні проблеми державного управління : зб. наук. пр. ОРІДУ НАДУ. – Одеса : ОРІДУНАДУ, 2006. – Вип. 2 (26). – С. 122–128.
9. Кравченко О.М. Теоретичні підходи до визначення поняття «механізм державного управління» / О.М. Кравченко // Державне управління: удосконалення та розвиток. – 2009. – № 3 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.dy.nayka.com.ua/index.php?operation=1&iid=56>.
10. Федорчак О. Класифікація механізмів державного управління / О. Федорчак // Демократичнее врядування. – 2008. – Вип. 1. – С. 11.
11. Приходько В.П. Механізм державного регулювання та управління економічною безпекою / В.П. Приходько // Інвестиції: практика та досвід. – 2013. – № 15. – С. 6–8.

Тимошенко Е.В. Система экономической безопасности национальной экономики и комплексный механизм ее обеспечения

Аннотация. В статье определена сущность понятия «система экономической безопасности национальной экономики», обоснована определяющая роль в разработке комплексного механизма ее обеспечения, что позволит создавать, управлять, анализировать, контролировать состояние экономической безопасности в целом и в разрезе ее функционально-структурных, отраслевых секторальных и пространственно-территориальных компонент.

Ключевые слова: экономическая безопасность, системный подход, система экономической безопасности, комплексный механизм обеспечения, виды механизма.

Tymoshenko O.V. The system of economic security of national economy and its comprehensive mechanism support

Summary. In the article defined the essence of "system of economic security of the national economy", proved a crucial role of development of overall mechanism for her providing. That will allow to create, manage, analyze, monitor economic security in general and in terms of functional and structural, sectoral and spatial components.

Keywords: economic security, systems approach, the system of economic security, a comprehensive mechanism security mechanism types.

Шульга О.А.,

к.е.н., доцент,

доцент кафедри економічної теорії,

Національний педагогічний університет імені М.П. Драгоманова

ЗМІСТ І РЕЗУЛЬТАТИ АГРАРНИХ ПЕРЕТВОРЕНЬ У КРАЇНАХ ЦЕНТРАЛЬНО-СХІДНОЇ ЄВРОПИ

Анотація. У статті проаналізовано зміст та результати аграрних трансформацій у країнах Центрально-Східної Європи, визначено закономірності й особливості їх аграрних перетворень. Акцентовано увагу на тому, що швидкість та результати проведених реформ великою мірою визначалися стартовими умовами, які різнилися в окремих країнах ЦСЄ. Зроблено висновок, що більш вигідні стартові позиції для проведення приватизації землі і структурної реформи аграрного сектора мали країни, де аграрні перетворення почалися вже за умови макроекономічної стабілізації.

Ключові слова: лібералізація, приватизація, аграрна реформа, реституція.

Постановка проблеми. Аграрні трансформації в країнах Центрально-Східної Європи мають як спільні риси, так і національні особливості. Вивчення досвіду ринкових реформ в аграрному секторі цих країн має важливе значення для виявлення тенденцій та закономірностей аграрних трансформацій у країнах постсоціалістичного табору, дасть змогу розробити виважену стратегію подальших ринкових реформ в аграрному секторі України та повніше врахувати негативні чинники, які мали місце в умовах трансформаційних процесів у сільському господарстві країн із перехідною економікою.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Значний внесок у дослідження закономірностей та особливостей ринкових соціально-економічних трансформацій аграрного сектора країн із перехідною економікою зробили такі вчені, як І. Лукінов, М. Зубець, П. Саблук, О. Онищенко, Т. Осташко, М. Малік, В. Месель-Веселяк, Г. Черевко, О. Шпичак, В. Юрчишин та ін. Проте зазначені вчені переважно зосередили свою увагу на дослідженнях змісту та результатів проведених ринкових трансформацій аграрних відносин у країнах із перехідною економікою, та можливості і доцільності врахування їх досвіду під час подальших ринкових перетворень в аграрному секторі України. Водночас залишаються майже недослідженими питання соціально-економічних суперечностей у системі аграрних відносин країн із перехідною економікою.

Мета статті полягає у дослідженні змісту та результатів ринкових трансформацій в аграрному секторі країн Центрально-Східної Європи, визначенні закономірностей та особливостей проведених трансформацій.

Виклад основного матеріалу дослідження. Аграрні перетворення в країнах Центрально-Східної Європи, незважаючи на загальні цілі та завдання, відрізняються між собою за змістом, порядком проведення та наслідками. Однак залежно від цілей і характеру трансформацій реалізацію аграрної реформи в країнах Центрально-Східної Європи можна умовно поділити на три періоди, кожному з яких відповідають особливості внутрішньої аграрної, торговельної політики та структурної

реформи. Виділяють такі періоди аграрних трансформацій у країнах Центрально-Східної Європи:

I етап: 1989 р. – середина 90-х років. На першому етапі проводилася земельна реформа у сільському господарстві, демонополізація і приватизація в ресурсних галузях, формування ринкових структур в агропродовольчому комплексі, відбулися лібералізація цін і торгівлі сільськогосподарською продукцією, інституційна реформа. Стратегічним завданням першого етапу трансформацій була структурна реформа аграрного сектора, в основі якої лежала приватизація землі.

II етап: середина 90-х – кінець 90-х років. Характерною ознакою реформування аграрної сфери на цьому етапі стала радикальна зміна напрямку внутрішньої аграрної політики від лібералізації торгівлі, цін і обмеженого втручання у функціонування ринків до політики підтримки цін і ринків, експортних та імпорتنих обмежень. Продовжувалася інституційна реформа, зростала ефективність виробництва, а подальші структурні зміни відбувалися у напрямі консолідації земельних ділянок.

III етап: кінець 90-х років – 2004 р. – подальший період. Стратегічним завданням третього етапу стала підготовка країн ЦСЄ до вступу в ЄС. Це передбачає гармонізацію внутрішньої аграрної політики країн ЦСЄ з вимогами спільної аграрної політики країн ЄС, тому зусилля урядів спрямовуються на поглиблення структурної реформи, підвищення ефективності аграрного сектора тощо.

На стратегію, темпи і глибину здійснення реформ, особливо на їх першому етапі, визначальний вплив мали стартові умови різних країн. Стартові умови аграрних трансформацій в окремих країнах різнилися за: рівнем централізації системи управління аграрним сектором; необхідністю проведення реституції земельної власності; макроекономічними умовами; співвідношенням різних типів господарських структур; національними традиціями і змінами у психології за роки спільного господарювання.

Так, наприклад, в Україні система управління сільським господарством була більш централізованою, що ускладнювало початковий етап реформ. А в Польщі і Словенії система управління була найменш централізованою, і відповідно, найбільш ринково орієнтованою [3, с. 36, 38].

Залежно від початкових умов трансформацій, національних традицій і політичних цілей кожна постсоціалістична країна обрала свою власну модель приватизації землі і майна, а також структурної та організаційної перебудови сільського господарства.

Зокрема, К. Маркус та Дж. Свіннен, аналізуючи перебіг аграрних перетворень у країнах із перехідною економікою протягом перших п'яти років реформ, виділяють три моделі реформування аграрної сфери – російську, центральноєвропейську та китайську. Дослідники виявили суттєві відмінності серед країн у співвідношенні темпів зміни валових обсягів виробництва та продуктивності праці.

Російська модель, яка, на їхню думку, чітко проявилась в Росії, Білорусії, Україні, Азербайджані, Казахстані, Киргизстані, Молдові та Таджикистані, характеризується значним скороченням обсягів виробництва і зниженням продуктивності праці. Центральноевропейська модель, класичними представниками якої можуть бути Чехія, Угорщина та Словаччина, характеризується порівняно меншим спадом обсягів виробництва та значним зростанням продуктивності праці. Китайська модель, типовими представниками якої є Китай, В'єтнам та Албанія, відзначається значним зростанням обсягів сільськогосподарського виробництва та повільним зростанням продуктивності праці [2, с. 61].

По-іншому класифікує моделі реформування сільського господарства в країнах ЦСЄ В. Зглінський, беручи за основу глибину перетворень у відносинах власності. Він також виділяє три моделі, однак дає їм інші назви і змістовну характеристику:

- балканська модель полягає у реституції, загальній приватизації, що супроводжуються роздрібненням виробничих структур і їх незначною адаптацією до ринку;
- центральноевропейська модель полягає у приватизації, вибірковій (в окремих країнах) реституції, що супроводжується пристосуванням колишніх виробників до роботи в нових умовах із урегулюванням відносин власності на основі приватної власності;
- східноевропейська модель полягає не в масовій приватизації та реституції, а її заміні формальним розподілом землі та майна між працівниками. Ця модель фактично не вносить суттєвих змін у діяльність постсоціалістичних підприємств, однак надає їм інше правове оформлення [2, с. 61].

Розглянемо більш детально заходи аграрної реформи в різних країнах ЦСЄ. Досить цікавим є досвід аграрної трансформації в Угорщині. На початок реформ у країні нарахувалося близько 136 держгоспів та 1 250 колективних господарств. Поряд із ними діяли індивідуальні господарства, адже в Угорщині приватна власність на землю визнавалась офіційно. Крім того, існували доволі потужні регіональні підприємства кооперативного типу, які мали досить добрий менеджмент, маркетингову орієнтацію та навіть деякі навички роботи в умовах ринку.

Під час здійснення земельної реформи в Угорщині перевагу було надано не масовій приватизації, а пошукам ефективних власників. Замість реституції було проведено приватизацію землі за допомогою контрибуційних сертифікатів за принципом: «Земля повинна належати тим, хто на ній працює». Контрибуційні сертифікати номінальною вартістю 10 тис. форинтів уважалися цінними паперами, за які можна було викупити землю. Приватизація землі здійснювалась лише через спеціальні земельні аукціони.

Однак надане законодавством право відчуження сертифікатів дало змогу скуповувати землі фізичним і юридичним особам із вільними коштами. Навіть іноземні юридичні та фізичні особи в обхід закону через підставних осіб скупили досить значні масиви землі в західному регіоні.

Приватизація державних господарств в Угорщині також мала свої особливості. Позитивним кроком приватизації державних господарств було попереднє здійснення в них реструктуризації. Певна частина господарств були перетворені у державні холдингові компанії, інші стали своєрідними «пілотними фермами» у державній власності. Біля 20% держгоспів стали власністю зарубіжних інвесторів. Приватизація решти держгоспів здійснювалась за конкурсами, в яких, як правило,

брали участь діюче керівництво підприємств та його працівники. У результаті конкурсного відбору було створено більш життєздатні сільськогосподарські підприємства із середньою площею до 1 800 га. Переможці конкурсу заключали контракт на оренду з Агенцією державного майна строком на 10–30 років та отримували переважне право купівлі майна і землі держгоспу.

Трансформація псевдокооперативів в Угорщині відбувалась на основі Закону про трансформацію кооперативів, який передбачав такі можливі способи поведінки для членів кооперативів: вихід із кооперативу з паюванням належного майна і землі між усіма бажаними вийти; трансформацію кооперативів в інші види підприємств; акціонування (корпоратизацію) кооперативів; трансформацію кооперативу в інший кооператив на основі нової нормативної бази. Проте в багатьох випадках трансформація кооперативів носила формальний характер. Керівництво кооперативів часто не забезпечувало їх адаптації до роботи в умовах ринку, що створювало ситуацію зі значними конфліктами інтересів. Певною специфікою трансформації кооперативів в Угорщині є право вільного ринкового обігу кооперативних часток (паїв). Державою стимулювалась концентрація цих паїв із допомогою спеціальних податкових пільг та кредитів [2, с. 62–65].

Значно повільніше та з набагато гіршими результатами проходила аграрна реформа у Болгарії. До початку реформи болгарський аграрний сектор був майже повністю кооперативним. Частка кооперативів у загальному землеволодінні становила 92%. Незважаючи на те що приватизація землі в Болгарії призвела до утвердження там приватної власності, рівень розукрупнення земельних угідь залишався досить незначним. Отримані земельні ділянки селяни могли використати або для створення власного підприємства, або для передачі в оренду чи у рентне використання в кооперативі, або в як пай під час вступу в кооператив, або здати за винагороду (фактично продати) наділ в обштинний або державний фонд. Тобто, як бачимо, створення і розвиток кооперативів у Болгарії активно підтримується державою.

Досить складним у Болгарії є порядок ринкового обігу землі. Будь-яка ділянка спочатку має бути викуплена сусідом, пізніше – місцевим приватним господарством, далі – місцевою общиною або закуплена у державний фонд. І лише у випадку проходження цих етапів ділянка може надійти у вільний продаж.

Під час проведення аграрної реформи в Болгарії досить довго в прихованій формі існували державне замовлення та директивне ціноутворення. Лише 40% продукції виробники могли продавати за вільними цінами. Існували мінімальні (захисні) ціни на основні види експортної продукції та граничні (фіксовані) ціни на найважливіші продукти внутрішнього споживання. Однак державне втручання у процеси ціноутворення швидко виснажило державний бюджет та розбалансувало аграрний ринок, тому уряд Болгарії зрештою провів лібералізацію цін на сільськогосподарську продукцію [2, с. 65–67].

Проміжну позицію за комплексністю, системністю та ефективністю займає аграрна реформа в Румунії. Як відзначає Міністерство сільського господарства Румунії, період 1990–1996 рр. відзначався низькими темпами проведення реформ, що обумовило значні збитки сільського господарства в 1997 р.

Одним із перших кроків аграрної реформи було надання більшій господарській самостійності сільськогосподарським підприємствам. Однак матеріально-технічне постачання та частково збут продукції при цьому продовжували контролюва-

лися державою. Це був своєрідний симбіоз ринково орієнтованих підприємств і адміністративної системи.

У Румунії можна було спостерігати «спонтанну» деконцентрацію, коли задовго до прийняття відповідного закону було розпочато приватизацію виробничих кооперативів. Офіційно ж виробничі кооперативи було примусово ліквідовано 31.07.1991 р. Із допомогою досить зрівняльної системи розподілу землю було роздано як колишнім власникам, так і тодішнім членам господарств. Документом, що підтверджував право власності, були сертифікати власності. Таким способом поміж 4,7 млн. осіб було розподілено майже 9 млн. га. Однак лише 30–40% нових власників у Румунії створили власні господарства родинного типу.

Подальші кроки аграрних перетворень полягали в приватизації підприємств з одночасним збереженням великих технологічних комплексів у межах цих підприємств на основі кооперації та корпоратизації. Напевно, тому багатьом новоствореним кооперативам та колишнім держгоспам, які були трансформовані в акціонерні товариства, вдалося залишитися учасниками аграрного ринку [1; 2].

У найбільш сприятливих умовах щодо фінансового, організаційного і законодавчого забезпечення реформ опинилась колишня НДР. Насамперед це стосується вільного вибору форми підприємництва. Через це чимало колишніх великих підприємств продовжували функціонувати, однак на практиці вони не здійснювали жодної діяльності. Найбільшого поширення отримали так звані «зареєстровані товариства», які були своєрідною формою кооперативів, однак вони були лише перехідною формою на шляху подальшої трансформації.

Досвід німецької аграрної реформи показав, що майнова оцінка реформованих підприємств повинна базуватись виключно на реальній ринковій вартості і здійснюватись незалежними експертами. Майнове регулювання повинно бути жорстко регламентованим і контрольованим, аби уникнути потенційних зловживань, адже оцінка майна за залишковою або балансовою вартістю може створити економічну деформацію, а завищена оцінка майна, навпаки, може створити ілюзію значних ресурсів, яких насправді немає в розпорядженні трансформованих підприємств.

Особливістю німецької аграрної реформи є збереження в багатьох випадках великомасштабного виробництва у формі різноманітних корпоративних підприємств із використанням оренди і суборенди.

Цікавим з геополітичної точки зору є досвід аграрного реформування країн Балтії. Аграрні реформи в них полягали у відмові від колгоспно-радгоспної системи та збереженні великих виробничих комплексів; проведенні повної лібералізації аграрного ринку і ціноутворення; відмові від державного патерналізму та прихованого монополізму; підтримці підприємництва у сфері агробізнесу та приватних сімейних господарств; орієнтації на європейську інтеграцію.

З огляду на часове затягування реформ не менш корисним для України є й досвід аграрних трансформацій Китаю (хоча він і не має відношення до країн ЦСЄ). Специфіка китайської економічної реформи полягає в її поступовості та обережності, що дає підстави багатьом економістам уважати її типово градуалістською, адже Китай поступово пройшов шлях від «планової економіки з елементами ринкового регулювання» до «комбінації плану і ринку», потім – «соціалістичної ринкової економіки», і зараз – «один Китай, дві економіки».

Аграрна реформа в Китаї розпочалася з широко поширеної на селі практики «договірної системи родинної відповідальності», що дала змогу сформувати на основі селянських родин своєрідні госпрозрахункові неофіційні підприємства. Практичні кроки реформи передбачали надання сільським жителям чіткого права на обробіток землі та використання на власний розсуд частини врожаю, отриманої понад «домовлений обсяг».

Було проголошено курс на трансформацію державних та колективних сільськогосподарських підприємств у приватні господарства. За умови високої трудомісткості китайського сільського господарства перехід на приватну власність та пов'язану із нею мотивацію означав різке підвищення ефективності. Все це призвело до загального поживлення економічної активності.

Водночас аграрна реформа в Китаї характеризується дуже повільною лібералізацією, збереженням директивних методів управління економікою, фактичним співіснуванням соціалістичного та капіталістичного способів виробництва. Як бачимо, стартові та поточні умови реформування в Китаї були надзвичайно специфічними, тому і не змогли повторитись у жодній країні Європейського регіону [2].

Досвід аграрних перетворень у Польщі теж є своєрідним. Протягом післявоєнних років сільське господарство країни продовжувало розвиватись переважно на основі приватної власності на і землю та інші засоби виробництва. У 1989 р. приватний сектор Польщі складався з 2 млн. селянських господарств (із середньою площею 6,3 га), які володіли 76% сільськогосподарських угідь. Частка державного сектора становила 18,6% сільськогосподарських угідь, а середній розмір державного сільськогосподарського підприємства – 3 500 га. Сільськогосподарські виробничі кооперативи використовували 3,6% сільськогосподарських угідь (середній розмір 356 га). Таким чином, кооперативи у Польщі базувалися на приватній власності їх членів на землю, що відкидало потребу в їх структурній реформі і створювало для них вигідні стартові умови під час переходу на ринкову економіку [3, с. 38–39].

Економічні перетворення у сільському господарстві Польщі відбувалися у двох напрямках. Перший стосувався організаційно-економічних змін у структурі самого сільського господарства і принципів його функціонування, а другий – інституційних змін, що мали на меті забезпечити реалізацію нової аграрної політики. Основні організаційно-економічні зміни в середовищі аграрних виробників полягали в приватизації державних господарств та зміні засад діяльності кооперативів і кооперативних підприємств.

Державний сектор у сільському господарстві займав приблизно 20% всієї території. Оскільки загальнодержавна програма приватизації державного майна виявилась малопривабливою для приватизації у сільському господарстві, у 1992 р. було створено спеціальну Агенцію державної власності у сільському господарстві. Діяльність Агенції щодо приватизації державних господарств (ДСГП) полягала у здійсненні таких кроків, як: прийняття у власність ДСГП і їх формальна ліквідація; реструктуризація підприємств і підготовка їх до нових форм господарювання; передача землі та майна у нові форми господарювання.

Основними способами передачі майна колишніх ДСГП у нові форми господарювання могли бути: продаж усього майна і землі або їх частини зацікавленим приватним особам; передача в оренду на визначений термін; внесення їх у формі внеску в господарське товариство; передача в тимчасове адміністру-

вання; передача землі і засобів державним інституціям або організаціям. Однак на практиці переважали оренда землі та майна.

Створення спеціальної Агенції дало змогу адаптувати систему управління сільським господарством до вимог ринку. Адже галузеве міністерство було позбавлене права «власності» та «управління» підприємствами.

Значно повільнішими були перетворення в кооперативному аграрному секторі Польщі. Єдиним примусовим кроком держави щодо сільськогосподарських кооперативів була ліквідація ієрархічної драбини – центральних та регіональних об'єднань та органів управління. Цікаво зазначити, що зміни, які відбувалися в аграрному секторі Польщі (приватизація ДСП, самоліквідація кооперативів), не сприяли переходу землі і майна в селянські господарства. Лише 4% землі, що вивільнилася, перейшли у власність селянських господарств.

Для координації робіт із розвитку сільського господарства і суміжних ланок АПК було створено Агенцію з реструктуризації та модернізації сільського господарства (АРМСГ). Основними завданнями АРМСГ є фінансова підтримка: розвитку сільського господарства через інвестиції, освітні, дорадчі і консультативні програми; сучасних методів переробки і зберігання продукції; надання послуг та інформації. Підтримка може здійснюватись у формі дотацій, преференційних кредитів, надання гарантій по кредитах або фінансування спеціальних проектів.

Слід відзначити, що АРМСГ сприяє розвитку сільських населених пунктів, особливо в частині фінансування підприємницьких ініціатив та розбудови сільської інфраструктури. Оскільки це відбувається на тлі успішної адміністративної реформи, яка розширила права і посилила відповідальність місцевих громад і органів самоуправління, соціальний розвиток села отримав значний поштовх.

Позитивний вплив на діяльність сільського господарства Польщі здійснює також Агенція сільськогосподарського ринку (АСГР), метою якої є стабілізація ринку через стабілізацію цін і забезпечення певного рівня дохідності аграрного виробництва [2, с. 73–77].

Аналіз змісту і результатів проведених реформ в аграрних секторах країн ЦСЄ дає змогу зробити такі висновки щодо тенденцій і закономірностей їх аграрних трансформацій:

1. Країни СНД, де не проводилася реституція власності (повернення землі) і відбулося затягування земельної реформи та уповільнення структурної реформи. Найраціональнішою була процедура реституції, що була застосована в Угорщині, де для повернення землі і фондів колишнім власникам використовувалися ваучери, за які особи, що мали право на повернення власності, могли придбати землю або інші фонди – без зобов'язання з боку держави повернути їм саме те, що належало їм раніше. У результаті в цій країні вдалося уникнути подрібнення земельних ділянок.

Досить гнучкою була модель реституції земель у Литві за рахунок паралельного використання трьох методів: повернення саме тієї земельної ділянки, що була націоналізована після війни, надання іншої еквівалентної ділянки або виплати компенсації. З огляду на значну на той час суму компенсації (150–425 дол. США за гектар), більшість колишніх власників віддали перевагу останньому методу, за рахунок чого вдалося уникнути подрібнення земельних ділянок.

Найбільш радикально підійшла до проблеми реституції земель Албанія, де відбувся розподіл землі серед колишніх працівників колективних і державних підприємств без урахування

інтересів її колишніх власників, що отримали альтернативну компенсацію приватизаційними ваучерами або урядовими облигаціями.

Специфічним наслідком дотримання принципів соціальної та історичної справедливості під час проведення приватизації землі і реституції в багатьох країнах стала не тільки фрагментація земельних ділянок, але й значна частка землі сільськогосподарського призначення у володінні міських жителів. У країнах Балтії, Болгарії, Чеській Республіці та Словаччині сформувався досить численний прошарок таких землевласників, що дало змогу запровадити ринок землі.

2. Більш вигідні стартові позиції для проведення приватизації землі і структурної реформи аграрного сектора мали країни, де аграрні перетворення почалися вже за умови макроекономічної стабілізації.

3. У більшості країн для управління процесами приватизації державних сільськогосподарських підприємств були створені агентства державної власності, що мали різну назву. Країни із значною часткою державного сектора в сільському господарстві мали несприятливі стартові умови для реформування, оскільки загальною закономірністю у країнах ЦСЄ було більш повільне реформування державних підприємств порівняно з колективними.

4. Після проведення структурної реформи в країнах ЦСЄ склалася бімодельна структура господарських одиниць із різною часткою крупних підприємств, дрібних та середніх фермерських господарств. Фермерські господарства переважають в Албанії, Словенії, Латвії, Польщі, Румунії. У Литві, Болгарії та Естонії фермерські й особисті підсобні господарства володіють понад половиною сільськогосподарських угідь. У Чехії, Словаччині, Угорщині, країнах СНД і на території колишньої Німецької Демократичної Республіки переважають крупні господарства.

5. Успіх реформування значною мірою визначається ступенем визнання необхідності і суті реформ сільським населенням. Соціологічні дослідження показали, що кредит довіри селян до реформ зазвичай є значним саме на початку їх проведення.

6. Сільськогосподарські підприємства більшості країн ЦСЄ зіткнулися з проблемою фінансування виробництва. Відсутність доступу до кредитів або високі відсоткові ставки кредитів стали загальною проблемою, тому більшість країн Центрально-Східної Європи ввели системи преференційних кредитів і кредитних гарантій для забезпечення сільського господарства обіговими коштами.

7. Загальною закономірністю країн із перехідною економікою є низький рівень прямих іноземних інвестицій в агропродовольчий сектор, причому рівень інвестицій у сільське господарство є суттєво нижчим від рівня інвестицій у галузі, що знаходяться вище і нижче за технологічним ланцюжком.

8. Досвід країн із перехідною економікою показує, що ефективність процесів реформування залежить від інституційних трансформацій в економіці і суспільстві. У країнах ЦСЄ інституційна реформа мала більш комплексний і глибокий характер, тому що перехідний процес включав також створення національної держави і відповідних інститутів. Одним із найскладніших завдань було створення інститутів, що здатні ініціювати і просувати розвиток фінансових і кредитних ринків у сільському господарстві, адже мова йшла передусім про неформальні інститути.

9. У багатьох країнах ЦСЄ на третьому етапі реформ частка сільського господарства у ВВП і частка зайнятих у галузі змен-

шилися. У країнах, де в результаті структурної реформи утворилася значна кількість невеликих фермерських господарств, зайнятість у сільському господарстві, навпаки, зросла (наприклад, у Румунії). У країнах, де було збережено крупні сільськогосподарські підприємства (Угорщині, Чеській Республіці та Словаччині) зменшення частки сільського господарства у ВВП супроводжувалося зменшенням зайнятості. Тільки в Болгарії частка сільського господарства у ВВП зросла за зменшення частки зайнятих.

Крім того, для країн із порівняно високим рівнем ВВП на душу населення характерна незначна частка сільського господарства у ВВП і незначна частка у загальній зайнятості, що не перевищує 10%. Для групи країн із відносно низьким рівнем ВВП на душу населення характерною є значна частка зайнятих у сільському господарстві [3; 4].

Особливостями трансформацій аграрної сфери в Україні є затягування з проведенням структурної реформи, низький рівень ВВП на душу населення, досить значна частка сільського господарства у ВВП і висока частка зайнятих у сільському господарстві. Виходячи із загальних закономірностей аграрних трансформацій, Україні необхідно в найближчій перспективі налагодити виробництво достатньої кількості конкурентоспроможної екологічно безпечної сільськогосподарської продукції, поглибити реструктуризацію аграрного сектора, сформувати ефективну систему кредитування сільського господарства тощо.

Висновки. Залежно від цілей і характеру трансформацій реалізацію аграрної реформи в країнах із перехідною економікою Центрально-Східної Європи можна умовно поділити на три періоди: на першому етапі стратегічним завданням була структурна реформа аграрного сектора, в основі якої лежала приватизація землі; на другому етапі відбулася радикальна зміна внутрішньої аграрної політики в напрямі політики підтримки цін і ринків, експортних та імпорتنих обмежень; на третьому етапі відбувається (а в деяких країнах уже відбулася) підготовка до вступу в ЄС. Зміст та результати проведених реформ великою мірою, особливо на першому етапі, визначалися стартовими умовами, які різнилися в окремих країнах ЦСЄ.

Можна виділити такі основні закономірності і тенденції аграрних трансформацій в країнах ЦСЄ:

1) у тих країнах ЦСЄ, де проводилося повернення земель та майна колишнім власникам або їх спадкоємцям, відбулося затягування земельної реформи та уповільнення структурної реформи;

2) після проведення структурної реформи в країнах ЦСЄ склалася бімодельна структура господарських одиниць із різною часткою крупних підприємств, дрібних та середніх фермерських господарств;

3) загальною закономірністю для всіх країн ЦСЄ є більш повільне реформування державних підприємств порівняно з колективними;

4) сільськогосподарські підприємства більшості країн ЦСЄ зіткнулися з проблемою фінансування виробництва, високі відсоткові ставки кредитів стали загальною проблемою, тому більшість країн Центрально-Східної Європи ввели сис-

теми преференційних кредитів і кредитних гарантій для забезпечення сільського господарства обіговими коштами;

5) загальною закономірністю країн із перехідною економікою є низький рівень прямих іноземних інвестицій в агропродовольчий сектор, причому рівень інвестицій у сільське господарство є суттєво нижчим від рівня інвестицій в галузі, що знаходяться вище і нижче за технологічним ланцюжком;

6) ефективність процесів реформування залежала великою мірою від інституційних трансформацій в економіці і суспільстві;

7) у багатьох країнах ЦСЄ на третьому етапі реформ частка сільського господарства у ВВП і частка зайнятих у галузі зменшилися.

Література:

1. Аграрная реформа в странах Центрально-Восточной Европы и России (1990–2000). – М. : Наука, 2003. – 255 с.
2. Губені Ю.Е. Аграрна реформа у Чеській Республіці: від «оксамитової» революції до європейської інтеграції. Приклад, гідний наслідування / Ю.Е. Губені. – Львів : Українські технології, 2001. – 368 с.
3. Осташко Т.О. Ринкова трансформація аграрного сектора / Т.О. Осташко. – К. : Фенікс, 2004. – 280 с.
4. Політика і розвиток сільського господарства в Україні / За ред. Ш. фон Крамона-Таубадея, С. Зорі, Л. Штріве. – К. : Альфа-Принт, 2001. – 312 с.

Шульга О.А. Содержание и результаты аграрных преобразований в странах Центрально-Восточной Европы

Аннотация. В статье проанализировано содержание и результаты аграрных трансформаций в странах Центрально-Восточной Европы, определены закономерности и особенности их аграрных преобразований. Акцентировано внимание на том, что скорость и результаты проведенных реформ во многом определялись стартовыми условиями, которые отличались в отдельных странах ЦВЕ. Сделан вывод о том, что более выгодные стартовые позиции для проведения приватизации земли и структурной реформы аграрного сектора имели страны, где аграрные преобразования начались уже при макроэкономической стабилизации.

Ключевые слова: либерализация, приватизация, аграрная реформа, реституция.

Shulga O.A. Content and results of agrarian reforms in Central and Eastern Europe

Summary. Analyzed the content and results of agrarian transformation in Central and Eastern Europe defined patterns and characteristics of agrarian reforms. The attention that the speed and results of the reforms is largely determined by the initial conditions, which differ in some CEE countries. It is concluded that more favorable starting positions for earth privatization and structural reform of the agricultural sector had the country where agrarian reforms have begun already provided macroeconomic stabilization.

Keywords: liberalization, privatizing, agrarian reform, return.

ЕКОНОМІКА ТА УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВАМИ

Соколова Л.В.,*д.е.н.,**професор кафедри економічної кібернетики**та управління економічною безпекою,**Харківський національний університет радіоелектроніки***Колісник О.В.,***к.е.н.,**доцент кафедри економічної кібернетики**та управління економічною безпекою,**Харківський національний університет радіоелектроніки***Соколов О.Є.,***здобувач кафедри економічної кібернетики**та управління економічною безпекою,**Харківський національний університет радіоелектроніки*

ДОСЛІДЖЕННЯ ФІНАНСОВОГО СТАНУ ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ МАЛОГО БІЗНЕСУ

Анотація. У статті розроблено науково-методичні рекомендації щодо оцінки фінансового становища промислових підприємств – суб'єктів малого підприємництва. Досліджено зміни фінансового стану групи підприємств – представників малого бізнесу, побудовано матрицю динаміки їх фінансового стану.

Ключові слова: суб'єкт малого підприємництва, оцінка, фінансові показники, фінансова діагностика, матриця динаміки фінансового стану.

Постановка проблеми. Кризові явища, які проявляються в промисловості України останнім часом, є причиною зниження фінансово-економічного потенціалу промислових підприємств, порушення їх фінансової рівноваги. Це веде до збиткової діяльності більшості підприємств, у тому числі у сфері малого бізнесу, деформації структури капіталу, яка пов'язана з відсутністю довгострокових джерел фінансування та значною часткою короткострокових зобов'язань, виникнення протиріч між ліквідністю, рентабельністю та фінансовою стійкістю [1, с. 12].

Однак сьогодні розвиток національної економіки орієнтовано на євроінтеграцію, створення сприятливого інвестиційного клімату для іноземних інвесторів, лібералізацію зовнішньої торгівлі, що зумовлює необхідність підвищення економічної ефективності діяльності вітчизняних промислових підприємств, забезпечення високих темпів їхнього розвитку. Значна роль у подальшому розвитку вітчизняної промисловості, безумовно, належить промисловим підприємствам малого бізнесу. Вирішення актуальних для розвитку промисловості країни питань у контексті означеної загальної проблеми потребує регулярного проведення фінансової діагностики діяльності підприємств, аналіз результатів котрої забезпечить прийняття керівництвом обґрунтованих управлінських рішень у сфері фінансового менеджменту.

У межах реалізованої сучасної економічної політики держави дуже важливим є створення нових робочих місць у країні за рахунок розвитку та підтримки малого підприємництва. При цьому важливим є своєчасне проведення діагностики фінансового стану суб'єктів малого підприємництва.

Вважаємо за доцільне розробити науково-методичні рекомендації щодо оцінки стану фінансів суб'єктів малого підприєм-

ництва, які б відповідали вимогам зручності використання на практиці та забезпечували релевантність інформації, необхідної для прийняття відповідних управлінських рішень у сфері антикризового управління.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. На важливість проведення оцінки фінансового становища та фінансової стійкості підприємства в умовах ринкової економіки націлені наукові праці багатьох фахівців в області економіки. Причому більшість із них розглядають фінансовий стан підприємства як найважливішу характеристику економічної діяльності підприємства у зовнішньому середовищі. У зв'язку з цим слід відзначити роботи таких авторів, як Покропивний С.Ф., Баканов М.І., Герчикова І.М., Горфінкель В.Я., Швандар В.А., Бойчик І.М., Ковальов В.В., Родіонова В.М., Федотова М.А. та ін. [2–8].

Окремі науковці вважають, що своєчасна та якісна діагностика та профілактична робота є головними завданнями управління підприємством [9; 10]. Науковець Бусень Л. стверджує, що процес діагностики носить дослідницький, пошуковий та пізнавальний характер [11]. Проблеми діагностики фінансового стану і стійкості функціонування підприємства розглянуті у роботі [12].

Слід зазначити, що в країнах із розвинутою ринковою економікою давно осмислена практична значущість серйозних аналітичних досліджень. Практика світового господарювання переконливо свідчить: спираючись на показники фінансової діагностики, можна зробити висновок про дієвість фінансового механізму, виявити слабкі сторони фінансових операцій для того, щоб вжити відповідних заходів щодо виправлення такого становища. Цьому присвячено багато наукових праць західних фахівців у сфері економіки, серед яких можна відзначити таких авторів, як: Брігхем Є., Ерхардт М., Хелферт Е., Ван Хорн Дж.К., Нікбахт Е., Гропеллі А., Сігел Джоел Г., Шим Джей К. та ін. [13–17].

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. У результаті аналізу спеціальної літератури у даному напрямі було встановлено, що недостатньо уваги приділяється питанням фінансової діагностики саме малих промислових підприємств.

Мета статті полягає у розробці науково-методичних рекомендацій щодо оцінки фінансового стану суб'єктів малого підприємництва, застосування якої на практиці сприятиме прийняттю науково обґрунтованих управлінських рішень у сфері фінансового менеджменту.

Виклад основного матеріалу дослідження. Для діагностики фінансового стану підприємства існує безліч різних методик, заснованих на використанні формалізованих і неформалізованих показників. Недоліком більшості з них є відсутність інтегрального критерію, на підставі якого можна судити про рівень кризового стану на підприємстві. Це призводить до необхідності розрахунку великої кількості показників, на основі яких важко робити однозначні висновки.

Перерахованих недоліків позбавлені методики оцінки можливості банкрутства підприємств, засновані на використанні інтегрального критерію – Z-рахунка. Однак такі критерії побудовані на результатах багаторічних спостережень та аналізі звітності закордонних підприємств, що працюють в умовах стабільної економічної ситуації, зі своєю структурою, темпами і тенденціями.

Крім існуючих закордонних моделей, останнім часом з'явилися розробки вітчизняних економістів. Однією з них є модель, розроблена колективом харківських учених під керівництвом Гриньової В.М. [18]:

$$Z = 0,01 \cdot K_1 + 10 \cdot K_2 + 1,02 \cdot K_3 + 1,48 \cdot K_4, \quad (1)$$

де Z – інтегральний показник фінансового стану підприємства;

K_1 – показник поточного покриття;

K_2 – показник абсолютної платоспроможності;

K_3 – показник автономії;

K_4 – показник рентабельності продажу.

Показник поточного покриття свідчить про здатність підприємства швидко погасити свою короткострокову заборгованість, характеризує співвідношення ліквідних коштів і поточних зобов'язань. Нормативне значення поточного показника покриття дорівнює 1 [7, с. 121].

Показник абсолютної платоспроможності є найбільш чітким критерієм ліквідності підприємства і показує величину поточних зобов'язань, які можуть бути погашені негайно. Нижня межа показника, що наводиться в зарубіжній та вітчизняній літературі [7; 19], дорівнює 0,2. Однак якщо врахувати специфіку діяльності підприємств малого бізнесу, то вони мають незначні суми коштів на розрахункових рахунках і в касі підприємств, тому нижня межа цього показника знаходиться на рівні, близькому до 0.

Показник автономії дає змогу визначити частку власного капіталу в загальному підсумку балансу. Чим вище значення цього показника, тим більше фінансово стійким, стабільним і незалежним від зовнішніх кредиторів є підприємство. У західній і вітчизняній літературі наводиться нижня межа даного показника 0,5–0,6 [4; 19], яка означає, що всі зобов'язання підприємства можуть бути покриті його власними коштами.

Таблиця 1

Початкові дані для розрахунку складових оцінки платоспроможності та рентабельності (тис. грн.)

Підприємство	Рік	ЗРІА	ПЗ	ГК	ВК	А	ЧП	ВР
СМП 1	t	130,5	29,6	0,2	100,9	129,9	54,5	753,2
	t+1	138,5	73,3	3,1	65,2	137,9	-35,7	622,1
	t+2	65,7	115,7	4,1	50,0	165,7	-15,2	684,3
СМП 2	t	158,2	38,7	3,1	100,0	161,6	11,7	700
	t+1	175,3	74,5	4,3	110,5	170,4	15,0	750
	t+2	180,5	90,5	5,5	119,2	179,5	6,7	870
СМП 3	t	148,7	73,6	3,4	25,0	150,3	10,0	600,0
	t+1	163,3	90,1	4,2	37,0	164,4	12,0	850,0
	t+2	173,8	102,3	5,1	41,0	172,0	4,0	900,0
СМП 4	t	223,5	60,3	10,5	150,0	219,6	60,0	1200
	t+1	230,0	68,0	13,0	220,0	225,5	70,0	1200
	t+2	250,5	75,0	15,7	275,0	240,0	55,0	1300
СМП 5	t	145,6	70,4	1,3	15,0	143,7	6,0	450,0
	t+1	151,2	76,0	1,8	22,0	150,2	10,0	350,0
	t+2	160,0	80,3	2,5	27,9	158,7	5,9	460,0
СМП 6	t	132,3	55,4	1,3	5,0	133,0	3,0	300,0
	t+1	121,4	65,8	0,8	6,5	120,7	1,5	250,0
	t+2	135,7	57,8	1,0	5,5	135,2	-1,0	300,0
СМП 7	t	50,3	10,2	4,1	49,1	50,3	-9,4	71,2
	t+1	39,7	-	5,0	39,7	39,7	-17,8	42,3
	t+2	28,2	6,4	1,0	21,8	28,2	-4,2	60,9
СМП 8	t	1,1	2,3	0,4	-1,2	1,1	-2,5	41,0
	t+1	0,3	3,7	0,1	-3,4	1,3	-1,0	58,7
	t+2	2,0	5,9	0,5	-4,2	2,0	3,0	67,2
СМП 9	t	72,5	53,4	35,8	19,1	72,5	8,5	258,1
	t+1	69,8	47,2	43,9	22,6	69,8	3,5	449,3
	t+2	37,2	37,3	25,1	-0,1	37,2	-22,7	296,8

Джерело: авторська розробка

Показник рентабельності продажу показує частку чистого прибутку, яка припадає на одну грошову одиницю продажу. Збільшення значення даного показника свідчить не тільки про збільшення обсягів чистого прибутку, але й про зростання її частки у виручці.

Для виявлення складової, яка сприяла розвитку кризи найбільшою мірою, інтегральний показник Z треба розкласти на дві складові і дослідити зміну позицій кожного підприємства, що аналізується, у матриці «фінансовий стан підприємства»:

$$Z = Z_1 + Z_2, \quad (2)$$

де Z_1 – складова оцінки платоспроможності підприємства;
 Z_2 – складова оцінки рентабельності підприємства.

Перша складова інтегрального показника оцінки фінансового стану суб'єкта малого підприємництва – рівень платоспроможності розраховується за такою формулою:

$$Z_1 = 0,01 \cdot K_1 + 10 \cdot K_2 + 1,02 \cdot K_3. \quad (3)$$

Друга складова – рівень рентабельності розраховується відповідно до такої формули:

$$Z_2 = 1,48 \cdot K_4. \quad (4)$$

Проведемо дослідження зміни фінансового стану дев'яти промислових підприємств міста Харкова – суб'єктів малого підприємництва (СМП), продукція яких є найбільш типовою для обраної галузі. Початкові дані наведені в табл. 1.

У табл. 1 прийняті такі позначення: ЗРІА – засоби, розрахунки, інші активи; ПЗ – поточні зобов'язання; ГК – грошові кошти; ВК – власний капітал; А – активи; ЧП – чистий прибуток; ВР – виручка від реалізації.

Після розрахунку значень фінансових коефіцієнтів K_1-K_4 , відповідно до обраної моделі, занесемо отримані дані, а також значення складової платоспроможності та рентабельності до табл. 2.

Сформуємо матрицю динаміки фінансового стану підприємств – суб'єктів малого підприємництва (рис. 1). Усі отримані значення складових рентабельності та платоспроможності дев'яти підприємств занесені до матриці станів, що складається з 64 квадрантів, кожен з яких характеризується різними значеннями складових. На рис. 1 позначення кожного підприємства наведено відповідно до t -го періоду дослідження.

Під час дослідження суб'єктів малого підприємництва – підприємств машинобудівної галузі м. Харків було виявлено, що рівень платоспроможності та рівень рентабельності деяких із них знаходиться на дуже катастрофічному рівні, тому під час формування матриці динаміки фінансових станів підприємств пропонується до її складу додати квадранти, в яких значення рентабельності та платоспроможності будуть негативні. Крім того, також пропонується розділити матрицю станів на чотири зони: I зона характеризує гостро критичний стан суб'єкта малого підприємництва, II зона – кризовий стан підприємства, III зона – легка криза, IV зона – стійкий фінан-

Таблиця 2

Розрахункові дані моделі

Підприємство	Рік	K_1	K_2	K_3	K_4	Z_1	Z_2
СМП 1	t	4,41	0,007	0,78	0,07	0,85	0,10
	$t+1$	1,89	0,04	0,47	-0,06	0,92	-0,09
	$t+2$	1,43	0,04	0,30	-0,02	0,72	-0,03
СМП 2	t	4,09	0,08	0,62	0,01	1,47	0,02
	$t+1$	2,35	0,06	0,65	0,01	1,28	0,03
	$t+2$	1,99	0,06	0,66	0,01	1,29	0,01
СМП 3	t	2,02	0,05	0,17	0,01	0,69	0,02
	$t+1$	1,81	0,05	0,23	0,01	0,75	0,01
	$t+2$	1,70	0,05	0,24	0,004	0,76	0,006
СМП 4	t	3,71	0,17	0,68	0,05	2,43	0,07
	$t+1$	3,38	0,19	0,98	0,06	2,93	0,09
	$t+2$	3,34	0,21	1,15	0,04	3,3	0,06
СМП 5	t	2,07	0,02	0,10	0,008	0,32	0,02
	$t+1$	1,99	0,02	0,15	0,01	0,37	0,03
	$t+2$	1,99	0,03	0,18	0,01	0,5	0,04
СМП 6	t	2,39	0,02	0,04	0,01	0,26	0,01
	$t+1$	1,84	0,01	0,05	0,006	0,17	0,009
	$t+2$	2,35	0,02	0,04	-0,003	0,26	-0,004
СМП 7	t	4,93	0,40	0,97	-0,13	5,48	-0,19
	$t+1$	0	0	1,0	-0,42	1,02	-0,62
	$t+2$	4,41	0,16	0,77	-0,07	2,43	-0,10
СМП 8	t	0,48	0,17	-1,09	-0,06	0,60	-0,09
	$t+1$	0,08	0,03	-2,6	-0,02	-3,5	-0,03
	$t+2$	0,32	0,08	-2,1	-0,04	-1,34	-0,06
СМП 9	t	1,36	0,67	0,26	0,03	6,98	0,04
	$t+1$	1,48	0,93	0,32	0,008	9,77	0,01
	$t+2$	1,00	0,67	-0,003	-0,08	6,71	-0,12

Джерело: авторська розробка

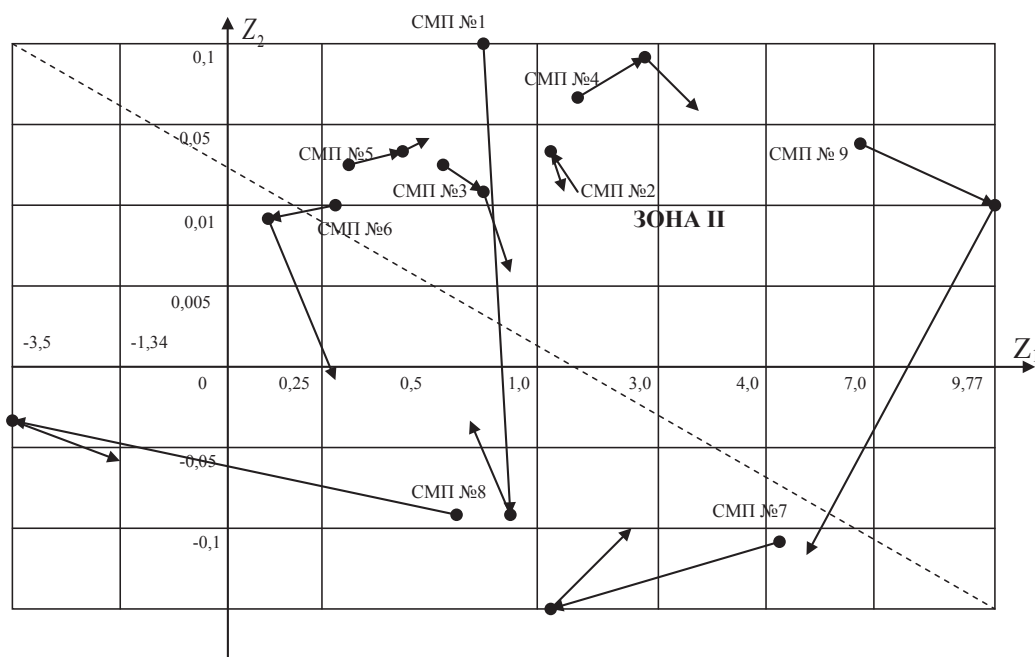


Рис. 1. Матриця динаміки фінансового стану промислових підприємств – суб'єктів малого підприємництва підприємств

Джерело: авторська розробка

совий стан. Слід також відзначити, що III та IV зони не позначені на рис. 1, тому що в даному конкретному випадку всі досліджувані промислові підприємства знаходяться в украй катастрофічному фінансовому становищі і на рисунку вони потрапляють у I та II зони.

Пунктирними лініями у матриці виділено різні зони стану підприємства – від критичного стану до стійкої роботи. У матрицю станів заносять значення показника рівня кризового стану на відповідні моменти часу, а потім об'єднують їх стрілками від попереднього моменту часу до наступного. Таким чином, виходить траєкторія фактичної зміни фінансового стану підприємства за відповідний аналізований проміжок часу.

Як показали проведені розрахунки, досліджувані суб'єкти малого підприємництва – промислові підприємства м. Харків знаходяться в украй катастрофічному становищі. Розраховані значення рентабельності знаходяться на вкрай низькому рівні, деякі з них сягають навіть негативних значень. Із платоспроможністю справи у підприємств дещо кращі. Таким чином, якщо проаналізувати матрицю динаміки фінансових станів обраних для аналізу підприємств (рис. 1), то стає очевидним, що більшість підприємств знаходиться у гостро катастрофічному фінансовому становищі, про що свідчить їх знаходження в зоні I.

Причинами такого становища є: негативні виклики зовнішнього середовища; нестабільність національної валюти; труднощі з наданням кредитів малим підприємствам; завищені податки; недостатня підтримка з боку держави, а також нестабільність економічно-політичного стану в Україні.

Висновки. У роботі розроблено науково-методичні рекомендації щодо діагностики фінансового стану малих промислових підприємств, що базуються на побудові розширеної матриці за рахунок уведення нових квадрантів, в яких відображується весь спектр чисельних значень оцінних показників.

Напрямом подальших досліджень можна вважати застосування нечітких методів у процесі дослідження фінансового стану промислових підприємств, доцільність чого обумовлена високим ступенем нестабільності зовнішнього середовища. Це дасть змогу своєчасно оцінювати фінансове становище промислових підприємств, у тому числі у сфері малого бізнесу, та більш точно відображати їх реальне становище з метою подальшого фінансового планування.

Література:

1. Костирко Л.А. Діагностика потенціалу фінансово-економічної стійкості підприємства: монографія / Л.А. Костирко. – Луганськ: СНУ ім. В. Даля, 2004. – 240 с.
2. Покропивний С.Ф. Економіка підприємства: [навчальний посібник] / С.Ф. Покропивний. – К.: КНЕУ, 2003. – 605 с.
3. Баканов М.І. Теорія економічного аналізу: [навчальний посібник] / М.І. Баканов, М.В. Мельник, А.Д. Шеремет; вид. 5-е, випр. і доп.; за ред. М.І. Баканова. – М.: Фінанси і статистика, 2007. – 536 с.
4. Герчикова І.М. Менеджмент: [навчальний посібник] / І.М. Герчикова; вид. 4-е, випр. і доп. – М., 2010. – 512 с.
5. Горфінкель В.Я. Економіка підприємства: [навчальний посібник] / В.Я. Горфінкель, В.А. Швандар; вид. 4-е, випр. і доп.; за ред. В.Я. Горфінкеля та В.А. Швандара. – М., 2007. – 670 с.
6. Бойчик І.М. Економіка підприємств / І.М. Бойчик, П.С. Харів, М.І. Хопчан. – Л.: Сполох, 2005. – 211 с.
7. Ковальов В.В. Фінансовий аналіз: методи та процедури: [навчально-практичний посібник] / В.В. Ковальов. – М.: Фінанси і статистика, 2002. – 560 с.
8. Родіонова В.М. Фінансова стійкість підприємства в умовах інфляції / В.М. Родіонова, М.А. Федотова. – М.: Перспектива, 1995. – 98 с.
9. Сергієнко Є.А. Комплекс моделей діагностики фінансово-економічної діяльності підприємства / Є.А. Сергієнко // БізнесІнформ. – 2007. – № 12. – С. 62–67.
10. Сопов І. Підходи до діагностики фінансового потенціалу підприємства / І. Сопов // Актуальні проблеми економіки. – 2005. – № 1. – С. 68–75.

11. Бусень Л. Діагностика в антикризовому управлінні / Л. Бусень // Антикризовий менеджмент. – 2005. – № 11 – С. 14–24.
12. Копчак Ю.С. Проблеми діагностики фінансового стану і стійкості функціонування підприємства / Ю.С. Копчак // Вісник СумДУ. – 2004. – № 9. – С. 23–33.
13. Брігхем Є. Фінансовий менеджмент : [навчальний посібник] / Є. Брігхем, М. Ерхардт. – СПб. : Пітер, 2009. – 960 с.
14. Хелферт Е. Техніка фінансового аналізу / Е. Хелферт ; вид. 10-е випр. і доп. – СПб., 2003. – 640 с.
15. Ван Хорн Дж.К. Основи управління фінансами / Дж.К. ван Хорн ; пер. з англ. – М., 2003. – 800 с.
16. Нікбахт Е. Фінанси / Е. Нікбахт, А. Гропеллі ; пер. з англ. В.Ф. Овсієнка та В.Я. Мусієнка. – К. : Основи, 1993. – 383 с.
17. Шим Джей К. Фінансовий менеджмент / К. Шим Джей, Г. Сігел Джоел ; пер. з англ. – М. : Филинъ, 1996. – 400 с.
18. Гриньова В.М. Управління підприємством в умовах розвитку ринку: Наукове видання / В.М. Гриньова [та ін.] – Харків : ХДЕУ, 2003. – 168 с.
19. Методика проведення поглибленого аналізу фінансово-господарського стану неплатоспроможних підприємств та організацій : Наказ Агентства з питань запобігання банкрутству підприємств та організацій від 21.03.97 р. № 37 // Галицькі контракти. – 1997. – № 40. – С. 47.

Соколова Л.В., Колесник О.В., Соколов О.Е.
Исследование финансового положения промышленных предприятий малого бизнеса

Аннотация. В статье предложены научно-методические рекомендации к оценке финансового положения промышленных предприятий – субъектов малого предпринимательства. Проанализированы изменения в состоянии финансов группы предприятий – представителей малого бизнеса, построена матрица динамики их финансового состояния.

Ключевые слова: субъект малого предпринимательства, оценка, финансовые показатели, финансовая диагностика, матрица динамики финансового состояния.

Sokolova L.V., Kolesnik O.V., Sokolov O.E. Research of financial state of industrial enterprises of small business

Summary. In the article scientific-methodical recommendations to the evaluation of financial state of industrial enterprises- subjects of small business were offered. There have been researched changes in financial state of the group of enterprises- representatives of small business, matrix of the dynamics of their financial state was built.

Keywords: subjects of small business, evaluation, financial indicators, financial diagnostic, the matrix of dynamics of the financial state.

*Гаврись О.М.,**к.е.н., професор,**декан факультету бізнесу та фінансів,**Національний технічний університет**«Харківський політехнічний інститут»**Ковшик В.І.,**аспірант кафедри менеджменту та оподаткування,**Національний технічний університет**«Харківський політехнічний інститут»*

ПРИЙНЯТТЯ УПРАВЛІНСЬКИХ РІШЕНЬ У КОНТЕКСТІ УПРАВЛІННЯ ЛОГІСТИЧНИМИ ВИТРАТАМИ

Анотація. У статті розглядаються питання використання методів та підходів до прийняття рішень у сфері управління логістичними витратами широкого спектру підприємств. Розглянуто існуючі підходи до прийняття рішень. Пропонується використання комплексного підходу з використанням алгоритмів побудови дерев прийняття рішень, кореляційно-регресійного аналізу та методів динамічного програмування.

Ключові слова: логістичні витрати, управління витратами, прийняття рішень, логістика, математичне моделювання, дерева прийняття рішень.

Постановка проблеми. Сучасні умови функціонування підприємств вимагають швидкого реагування на зміни у ринковому середовищі та бізнес-процесах усередині компанії. Управління логістичними витратами, як і будь-який напрям менеджменту, включає в себе прийняття управлінських рішень на основі внутрішньої та зовнішньої інформації. Ця інформація опрацьовується персоналом відповідних підрозділів підприємства та використовується для аналізу та розрахунку великої кількості показників, що характеризують логістичну систему. За даними останніх досліджень [1, с. 53], у процесі управління логістичними витратами однією з ключових проблем є недосконалість системи інформаційного забезпечення прийняття управлінських рішень. Складним є процес виділення окремих груп витрат, контроль їх динаміки та визначення так званих «вузьких місць», що не дають змоги мінімізувати витрати. Крім того, у наш час усе більшого значення набуває комп'ютеризація та автоматизація процесу управління, що зумовлює необхідність дослідження можливостей застосування математичних алгоритмів прийняття рішень у процесі управління логістичними витратами.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питання прийняття управлінських рішень у контексті управління ланцюгом постачання та фінансового менеджменту розглядаються у працях багатьох вітчизняних та зарубіжних авторів. При цьому переважно розглядається прийняття рішень із вибору постачальників та посередників, мінімізації окремих груп витрат або ж класичне завдання знаходження найкоротшого шляху як умови оптимізації логістичних потоків.

Так, Т.В. Смачило [2, с. 12] розглядає економіко-математичні моделі використання інформаційних технологій у процесі прийняття управлінських рішень на прикладі підприємств електротехнічної галузі. У роботі пропонується використовувати спеціалізований банк знань та експертну систему для

вдосконалення організації збутової діяльності вищезазначених суб'єктів господарювання.

В.В. Щербаков та І.Г. Саприкін [3, с. 216] акцентують увагу на тому, що в процесі прийняття управлінських рішень у контексті управління ланцюгами постачання важливим є відхід від занадто спрощеного розуміння мінімізації витрат. Застосування методів динамічного програмування, на думку авторів, створює умови для більш ефективної покрокової оптимізації процесів у сфері логістики, проте вони не наводять конкретних прикладів застосування цих методів.

П.І. Бідюк, Н.В. Кузнецова та О.М. Терентьев [4, с. 48] аналізують ключові підходи до створення інформаційної системи підтримки прийняття рішень (ІСППР) та пропонують інтегрований підхід, що включає використання дерев прийняття рішень та методів кластерного аналізу. Робота спрямована на дослідження у сфері аналізу та інтерпретації фінансово-економічних даних підприємств, прогнозування продажів та платоспроможності позичальників.

Д.Р. Андерсон, Д.Дж. Суїні, Т.А. Вільямс та ін. [5] розглядають використання розповсюджених інформаційних технологій у контексті прийняття управлінських рішень на прикладі використання Microsoft Excel 2013 для організації кількісного аналізу даних підприємства. При цьому авторами викладено застосування методів лінійного програмування у маркетингу, фінансах та операційному менеджменті; сіткових моделей у вирішенні проблем логістики та управління ланцюгами постачання; методів прийняття рішень за допомогою таблиць вирашів, дерев рішень та інших однокритеріальних та багатокритеріальних підходів.

В. Хо та ін. в роботі, присвяченій огляду літератури (78 джерел) із питань оцінки діяльності постачальників та їх вибору, вивчають прийняття рішень із використанням багатокритеріальних підходів, включаючи аналіз середовища функціонування (data envelopment analysis), математичне програмування, алгоритми з використанням апарату нечітких множин, метод аналізу ієрархій, генетичні алгоритми, а також інтегровані підходи [6, с. 16]. Автори відзначають переваги багатокритеріальних методів прийняття рішень над традиційними підходами, що базуються виключно на мінімізації витрат.

Інші автори також розглядають питання вибору постачальника з використанням математичних методів прийняття рішень. Так, Х.С. Кілік [7, с. 754] розглядає це питання з використанням методу TOPSIS (Technique for Order Preference by Similarity to Ideal Solution). І.С. Омурка [8, с. 696] пропонує використати гібридний підхід із застосуванням алгоритму нечіткої класте-

ризації (Fuzzy C-Means) та теорії наближених множин. Таким чином, пропонується не тільки обирати найкращого постачальника з можливих варіантів, але й згрупувати всю множину постачальників за ступенем схожості.

В.М. Дубовой та О.О. Ковалюк у монографії, присвяченій прийняттю рішень в управлінні розподіленими динамічними системами, пропонують математичну модель динамічних процесів та прийняття управлінських рішень в умовах комбінованої стохастичної та нечіткої невизначеності з використанням даних експертних оцінок та статистичної інформації [9]. Автори наводять приклад використання запропонованого підходу в сфері логістики.

Н.О. Граничина [10, с. 552] описує модель мультиагентної системи для використання у сфері транспортної логістики. Запропонований підхід враховує витрати ресурсів системи як один із ключових факторів, що впливають на вибір оптимального варіанту функціонування логістичної системи підприємства.

Таким чином, питання прийняття управлінських рішень детально розглядаються як з точки зору менеджменту, так із точки зору інформаційних технологій та математичного моделювання.

Виділення не вирішених раніше частин загальної проблеми. Проте, у той час, як багато авторів зазначають обмеження підходу, що базується виключно на мінімізації витрат, та пропонують власні інтегровані підходи до розрахунку показників та побудови моделей для окремих логістичних процесів (транспортування, складська діяльність, вибір постачальників тощо), саме процесу управління витратами і прийняттю рішень у контексті цієї діяльності приділяється недостатня увага. Це зумовлює необхідність розробки та вдосконалення існуючих методичних підходів до прийняття рішень у цій сфері.

Мета статті полягає у розробці практичних та методологічних рекомендацій щодо впровадження в діяльність відділів логістики методів прийняття рішень у контексті управління логістичними витратами. Для досягнення поставленої мети можна сформулювати наступні завдання:

- розглянути можливості застосування методів математичного моделювання та програмування, що використовуються для прийняття рішень;
- визначити ключові напрями прийняття рішень в управлінні логістичними витратами підприємства;



Рис. 1. Алгоритм роботи системи підтримки прийняття рішень (СППР)

Джерело: [12, с. 19]

– запропонувати організаційні заходи щодо налагодження процесу прийняття управлінських рішень в означеній сфері в умовах українських підприємств.

Виклад основного матеріалу дослідження. Управління логістичними витратами є комплексним процесом, що охоплює весь шлях матеріальних та інформаційних потоків від постачальника до споживача. З точки зору логістики окремого підприємства логістичні витрати виникають на трьох основних ланках ланцюга постачання: вхідній логістиці, виробничій логістиці та збутовій, або вихідній, логістиці.

Управління логістичними витратами в загальному вигляді включає в себе такі складники: планування, облік, контроль, оптимізація витрат. Кожен із цих кроків передбачає цілий комплекс рішень щодо вибору підходів до виконання цих операцій, інтерпретації поточної інформації та, власне, шляхів реалізації цих рішень. Так, планування витрат має базуватися на інформації минулих періодів, урахувати вплив зовнішніх та внутрішніх факторів, що впливають на обсяги логістичних витрат. Контроль витрат неможливий без їх групування відповідно до обраної методики обліку. Це потребує використання алгоритмів класифікації та/або кластерного аналізу. Оптимізація витрат має на меті мінімізацію витрат, тобто мінімізацію певної функції, що є класичним завданням математичного моделювання.

Окремі елементи аналізу та методів прийняття рішень, такі як математичне моделювання бізнес-процесів, широко використовуються із середини XX ст. у стратегічному управлінні підприємствами, плануванні їх діяльності та галузевому аналізі [11, с. 29]. У сучасних умовах ключового значення набуває своєчасність прийняття рішень, окрім того українські підприємства через складну економічну ситуацію зазвичай не мають значної кількості ресурсів на впровадження ресурсомістких методів та інструментів аналізу та прийняття рішень, таких як комп'ютерні експертні системи.

Традиційний підхід до прийняття управлінських рішень у діяльності підприємства є циклічним покроковим алгоритмом дій, який можна проілюструвати схемою на рис. 1.

Виходячи з аналізу літературних джерел, вищевикладених складників управління логістичними витратами та зазначеного загального принципу прийняття рішень, можна сформулювати такий підхід до організації прийняття управлінських рішень у контексті управління логістичними витратами, що схематично зображено на рис. 2. Прямокутниками позначено кроки в процесі управління витратами; пунктирні стрілки показують шляхи інформації між стадіями процесу та сукупностями даних, що зберігаються (база даних, результати попередніх кроків тощо). Дані позначено округленими прямокутниками. Курсивом позначено інструментарій прийняття рішень: алгоритми та математичні методи, які можуть бути застосовані на тому чи іншому кроці для обґрунтування процесу прийняття рішень чи для формування математичної моделі процесів, що розглядаються.

Цикл управління витратами розпочинається з визначення витрат та їх розподілу за групами з метою обліку. Так, в управлінні витратами за видами діяльності використовуються функціональні групи відповідно до логістичних процесів, що мають місце на підприємстві: транспортування, складування, пакування, комунікації. Для цього можна рекомендувати застосування алгоритмів дерев прийняття рішень (ID3, C4.5, CHAID тощо). За даними деяких дослі-

джен [4, с. 59], одним із найбільш точних для класифікації є метод дерев рішень CHAID (CHi-squared Automatic Interaction Detector). Проте залежно від наявної інформації та кількості умов для побудови дерева можливість застосування тих чи інших алгоритмів має додатково уточнюватись індивідуально. Крім того, можливим є застосування алгоритмів кластерного аналізу, а також нейронних мереж, які моделюють діяльність нервових клітин і створюють структури, що можуть навчатися на даних попередніх рішень, хоча і потребують спеціальної програмної реалізації.

У подальшому дані щодо витрат вносяться до централізованого сховища (бази даних) в інфраструктурі підприємства. Це

дає змогу проводити ретроспективний аналіз, навчати вищезазначені інтелектуальні системи, що навчаються, та в будь-який час отримати дані попередніх періодів. Ці дані використовуються для аналізу структури, динаміки витрат та факторного аналізу. Ця стадія процесу управління логістичними витратами у найпростішому випадку базується на кореляційно-регресійному аналізі показників логістичної діяльності підприємства та даних середовища. Цей процес достатньо легко автоматизується за допомогою розповсюджених програмних пакетів, що мають у своєму складі електронні таблиці.

За результатами попередніх кроків знаходяться так звані «вузькі місця», тобто ті процеси та напрями логістичної діяль-

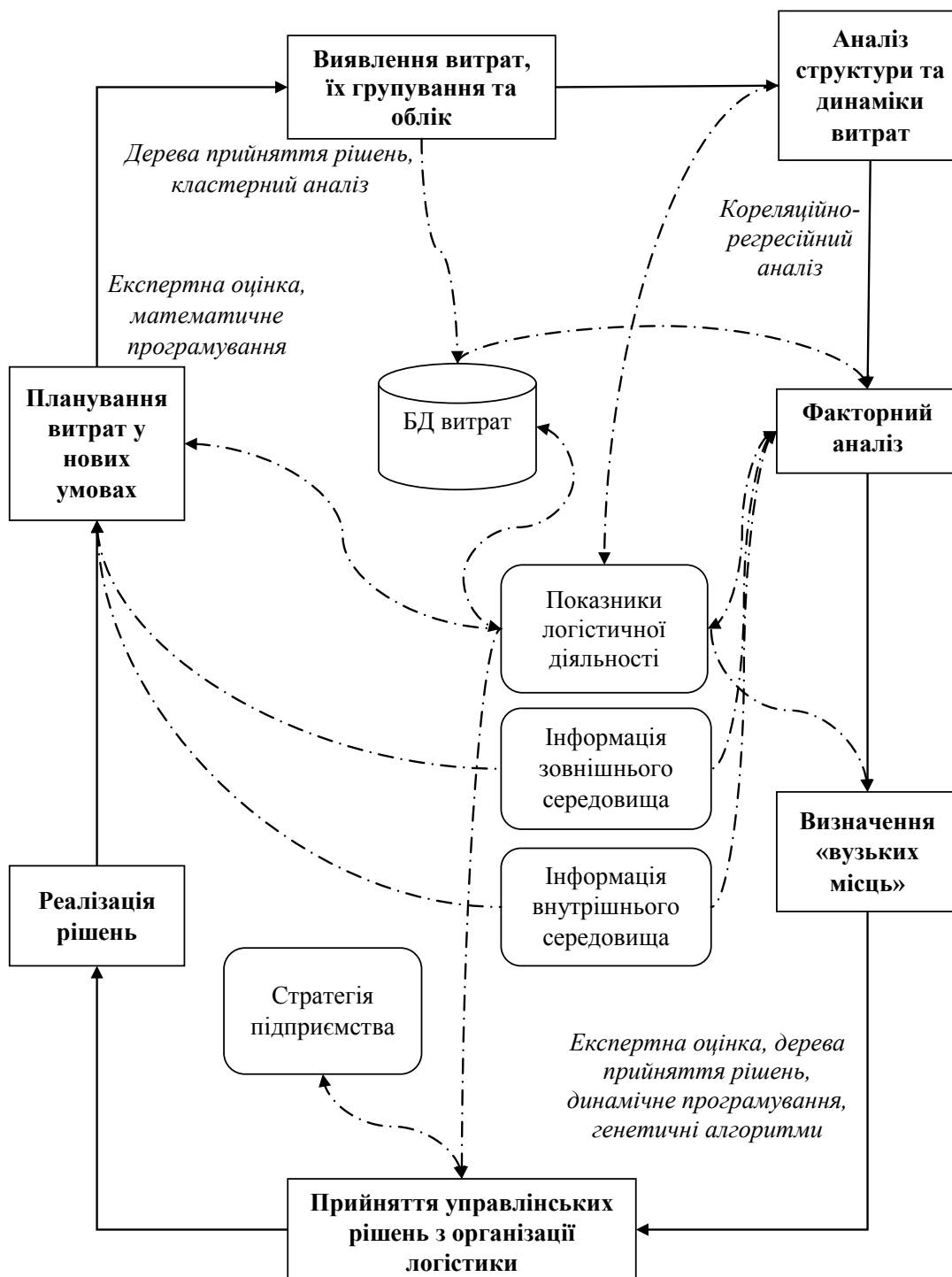


Рис. 2. Прийняття управлінських рішень у контексті управління логістичними витратами

ності, що створюють найбільші витрати і не дають можливості своєчасно реалізувати певні управлінські рішення попередніх циклів. Ця інформація є важливою для ключового етапу прийняття рішень щодо організаційних та інших істотних змін у логістичній системі підприємств із метою мінімізації витрат. На відміну від попередніх кроків, де прийняття рішень впливає на хід внутрішніх процесів управління логістичними витратами, цей етап впливає на всю логістику підприємства, тому на цьому етапі має враховуватися стратегія підприємства. При цьому використовуються методи експертної оцінки, дерев побудови рішень та динамічного програмування. Динамічне програмування дає змогу розбити цілий процес на n підпроцесів та оптимізувати їх окремо, чим значно спрощується процес аналізу [3, с. 216].

Після реалізації рішень та впровадження їх у логістичну діяльність підприємства виконується планування витрат з урахуванням нових умов, спричинених прийнятими рішеннями. При цьому доцільно використовувати методи лінійного програмування та експертну оцінку, спираючись на дані середовища та інформацію попередніх циклів. Періодичність проведення описаних операцій визначає швидкість логістичних та виробничих процесів на підприємстві, які, своєю чергою залежать від специфіки галузі.

Висновки. Таким чином, запропонований комплексний підхід до організації прийняття рішень включає в себе цикл, який складається із семи кроків відповідно до складників управління логістичними витратами: виявлення витрат, їх структурний та факторний аналіз, визначення елементів логістичної системи з найбільшими витратами, прийняття організаційних рішень, їх реалізація, планування витрат відповідно до нових умов. При цьому пропонується використовувати алгоритми побудови дерев прийняття рішень (для класифікації витрат, вибору між альтернативними способами реалізації тощо), методи математичного програмування (лінійне програмування, динамічне програмування для пошуку оптимального вирішення управлінських завдань на основі мінімізації витрат). Перевагами запропонованого підходу є висока точність отриманих результатів, проста автоматизація процесів за допомогою комп'ютерних та інформаційних технологій та невисокі витрати на їх впровадження в існуючу систему управління логістичними витратами.

Наукова новизна одержаних результатів дослідження складається з теоретичного узагальнення існуючих підходів і розробки практичних рекомендацій з удосконалення прийняття рішень у сфері управління логістичними витратами підприємств. Використання запропонованих заходів та інструментів у діяльності логістичних відділів має підвищити рівень конкурентоспроможності та результативності підприємств шляхом покращання своєчасності та обґрунтованості дій управлінського персоналу в умовах ринку, що динамічно розвивається.

Наступні наукові та прикладні розробки з питання вдосконалення прийняття управлінських рішень мають бути спрямовані на подальшу деталізацію запропонованого підходу та його інтеграцію в інфраструктуру логістики підприємств широкого спектру галузей промисловості та торгівлі.

Література:

1. Новопісна К. Управління логістичними витратами на українських підприємствах / К. Новопісна // Схід. – 2011. – Т. 2 (109). – С. 52–57.
2. Смачило Т.В. Інформаційне забезпечення організації моніторин-

- гу підтримки та прийняття управлінських рішень (на прикладі підприємств електротехнічної галузі) : автореф. дис. ... канд. екон. наук : спец. 08.03.02 «Економіко-математичне моделювання» / Т.В. Смачило. – Хмельницький, 2002. – 18 с.
3. Щербаков В.В. Идеи адаптации теории и методов принятия решений к задачам управления цепями поставок / В.В. Щербаков, И.Г. Сапрыкин // Проблемы современной экономики. – 2010. – № 4. – С. 215–216.
4. Бідюк П.І. Система підтримки прийняття рішень для аналізу фінансових даних / П.І. Бідюк, Н.В. Кузнецова, О.М. Терентьев // Наукові вісті Національного технічного університету України «КПІ». – 2011. – № 1. – С. 48–61.
5. Anderson D. R. An Introduction to Management Science: Quantitative Approaches to Decision Making / D. R. Anderson, D. J. Sweeney, T. A. Williams [et al.]. – Cengage Learning, 2015. – 910 p.
6. Ho W. Multi-criteria decision making approaches for supplier evaluation and selection: A literature review / W. Ho, X. Xu, P. K. Dey // European Journal of Operational Research. – 2010. – Vol. 202. – № 1. – P. 16–24.
7. Kilic H.S. An integrated approach for supplier selection in multi-item/multi-supplier environment / H.S. Kilic // Applied Mathematical Modelling. – 2013. – vol. 37. – № 14. – P. 7752–7763.
8. Omurca S.I. An intelligent supplier evaluation, selection and development system / S.I. Omurca // Applied Soft Computing. – 2013. – Vol. 13. – № 1. – P. 690–697.
9. Дубовой В.М. Моделі прийняття рішень в управлінні розподіленими динамічними системами : [монографія] / В.М. Дубовой, О.О. Ковалюк. – Вінниця : УНІВЕРСУМ–Вінниця. – 2008. – 185 с.
10. Граничина Н.О. Мультиагентная система для распределения заказов / Н.О. Граничина // Управление большими системами : сборник трудов. – 2010. – № 30–1.
11. Лычкина Н.Н. Имитационные модели в процедурах и системах поддержки принятия стратегических решений на предприятиях / Н.Н. Лычкина // Бизнес-информатика. – 2007. – № 1.
12. Courtney J. F. Decision making and knowledge management in inquiring organizations: toward a new decision-making paradigm for DSS / J. F. Courtney // Decision Support Systems. – 2001. – Vol. 31, № 1. – P. 17–38.

Гаврись А.Н., Ковшик В.И. Принятие управленческих решений в контексте управления логистическими затратами

Аннотация. В статье рассматриваются вопросы использования методов и подходов к принятию решений в сфере управления логистическими затратами широкого спектра предприятий. Рассмотрены существующие подходы к принятию решений. Предлагается использование комплексного подхода с использованием алгоритмов построения деревьев решений, корреляционно-регрессионного анализа и методов динамического программирования.

Ключевые слова: логистические затраты, управление затратами, принятия решений, логистика, математическое моделирование, дерево принятия решений.

Gavrys O.M., Kovshik V.I. Managerial decisions making in the context of logistics costs management

Summary. This article deals with usage of methods and approaches to decision making in the field of logistics costs management at a wide range of enterprises. The existing approaches to decision-making are investigated. It is proposed to use an integrated approach with the support of decision trees algorithms, regression analysis and dynamic programming techniques.

Keywords: logistics costs, cost management, decision-making, logistics, mathematical modeling, decision trees.

Міщенко В.С.,
асистент кафедри фінансів,
Харківський національний аграрний університет
імені В.В. Докучаєва

ВПЛИВ СЕЗОННОСТІ НА ВИРОБНИЦТВО ПРОДУКЦІЇ МОЛОЧНОГО СКОТАРСТВА

Анотація. У статті розглянуто проблему сезонності виробництва та збуту молока, її висвітлення в економічній літературі. Здійснено аналіз досліджень, присвячених обраній темі. Проаналізовано динаміку обсягів виробництва та цін реалізації молока по місяцях у сільськогосподарських підприємствах. Досліджено коефіцієнти варіації обсягів виробництва та цін реалізації молока у сільськогосподарських підприємствах України та доведено, що рівень сезонності має тенденцію до зменшення.

Ключові слова: сезонність, обсяги виробництва, ціна реалізації, коефіцієнт варіації, однотипна годівля.

Постановка проблеми. Однією з особливостей сільського господарства є сезонність виробництва, або нерівномірність вироблення продукції протягом року. Тобто постає проблема управління – вирівнювання напруженості сільськогосподарського виробництва протягом року. До того ж сезонність зумовлює специфічність планування витрат на виробництво сільськогосподарської продукції, оскільки сільськогосподарський рік охоплює періоди двох календарних років.

Формування цін на молоко значною мірою залежить від співвідношення попиту та пропозиції з урахуванням сезонних чинників. Зниження цін на молоко в Україні, як водиться, припадає на літні місяці. Саме в цей період виробляють та реалізують найбільші обсяги молока. В осінньо-зимовий період, коли надой молока порівняно низькі, реалізаційні ціни підвищуються. Поступове їх зростання починається із серпня і, як свідчать дослідження минулих років, триває до березня наступного року включно.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідження, присвячені обраній темі, проводилися багатьма вченими. Так, питання теорії та практики знайшли відображення у працях українських учених-економістів В.Г. Андрійчука [1], Н.І. Шиян, Н.С. Ляліної [2], Ю.А. Толбатова [3], П.Т. Саблука [4], О.М. Шпичака [5] та ін. Так, Н.І. Шиян та Н.С. Ляліна у своїх дослідженнях зазначають, що на увагу заслуговує високий рівень варіації цін на молоко та м'ясо ВРХ.

Проте немає узагальнення і глибокого комплексного аналізу факторів сезонних коливань обсягів виробництва та ціни реалізації молока, тому саме це і визначає актуальність даної статті.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Здійснивши аналіз останніх досліджень і публікацій, було виявлено, що недостатньо приділено увагу питанням впливу сезонних коливань на ефективність виробництва та збуту продукції скотарства у сільськогосподарських підприємствах.

Мета статті полягає в аналізі впливу сезонності на обсяги виробництва і ціни реалізації молока в сільськогосподарських підприємствах та виявленні тенденції їх зміни.

Виклад основного матеріалу дослідження. Сезонність виробництва молока переважно залежить від двох факторів: розподілу отелень та організації годівлі корів. Серед паратипових факторів впливу на молочну продуктивність у центрі уваги дослідників є сезонність отелення корів [6]. При цьому втрата молочної продуктивності залежно від сезону отелення у помісних чорно-рябих корів була меншою, ніж у чистокровних ровесниць: під час осінніх отелень – у 2,1 рази, зимових – у 1,6 рази, весняних – у 2,6 рази [7].

Повноцінна годівля, добре утримання забезпечують високу молочну продуктивність корів в осінні місяці. В останні місяці лактації, коли у зв'язку з тільністю продуктивність значно знижується, корови переходять на пасовища і тому зберігають високі надой (стимулююча дія зелених кормів). У корів, які отелилися у весняно-літній період, перші місяці лактації проходять під час пасовищного утримання, і в цей час вони дають найбільшу кількість молока. До кінця лактації, коли корова одержує стійлові корми, спостерігається різке падіння продуктивності. У результаті надой за лактацію в цьому випадку виявляються набагато нижче, ніж у корів, що отелилися в осінньо-зимовий період. Переведення корів на цілорічні рівномірні отелення позитивно відбивається на розвитку молодняку. Телята, що народилися в осінньо-зимовий період, більш міцні, за повноцінної годівлі вони добре розвиваються. Післямолочний період їхнього вигодовування збігається з пасовищним змістом, що забезпечує повноцінне харчування й одержання високих приростів живої маси.

Майже всі сільськогосподарські підприємства зіштовхуються з проблемою сезонності обсягів виробництва молока. Дефіцит сировини в кінці року спричиняє ріст закупівельних цін на молоко.

Проблеми сезонних коливань продуктивності ферм та цін на молоко існували та існуватимуть завжди, особливо в країнах, розташованих далі від екватора. Причини криються у тривалості світлового дня. У період його збільшення розквітає рослинність, поліпшується кормова база. Із середини весни піднімається статеві активність та різко поліпшується заплідненість корів та телиць. Більшість худоби в Україні взимку утримується в стійлах, і всі ті тварини, що не змогли запліднитися в цей тяжкий період, після виходу на пасовища або на літньо-табірне утримання, масово тільніють майже «від вітру». А в кінці осені більшість корів дружно відправляються в технологічний сухостій. Отже, зима – без отелень, а рання весна – без якісних та достатніх кормів [2].

Виробники молока прагнуть досягти стабільності виробничих процесів. Так, в Україні в 2000 р. обсяги реалізації молока помісячно значно коливалися (рис. 1).

Із рис. 1 видно, що найбільші обсяги реалізації молока спостерігалися у червні місяці (357 тис. т) і поступово знижувалися до кінця року. Найнижчий обсяг реалізації можна прослідкувати у січні (115 тис. т).

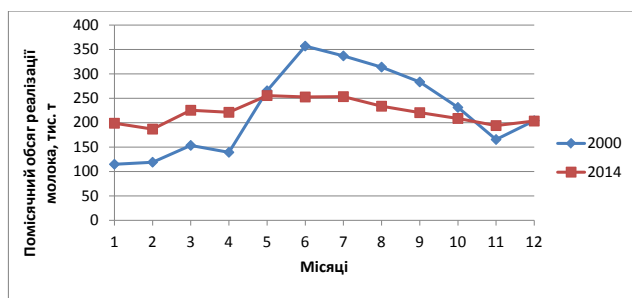


Рис. 1. Помісячні обсяги реалізації молока сільськогосподарськими підприємствами України в 2000 та 2014 рр.

Джерело: розраховано автором за даними Державної служби статистики України

У 2014 р. сільськогосподарські підприємства зменшили коливання обсягів реалізації молока. Так, найбільша величина реалізованого молока протягом року дорівнювала 256 тис. т у травні, а найменша – 187 тис. т у лютому. У цілому по Україні коефіцієнт варіації обсягів продажу молока становив 0,388 у 2000 р., тоді як у 2014 р. – 0,108.

Значно зменшився і розмах варіації. Так, у 2000 р. він становив 310,9% порівняно з мінімальним значенням та 136,8% – у 2014 р., що говорить про значне зменшення сезонних коливань обсягів виробництва по місяцях.

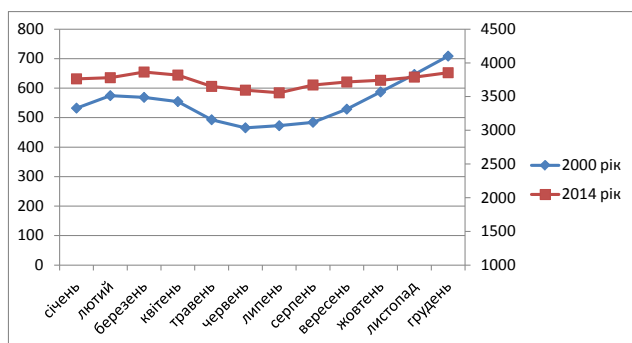


Рис. 2. Помісячні ціни реалізації молока сільськогосподарськими підприємствами України в 2000 та 2014 рр.

Джерело: розраховано автором за даними Державної служби статистики України

Обсяги виробництва і реалізації молока обернено впливають на величину ціни реалізації молока, тобто коливання цін залежить від нерівномірності виробництва і реалізації.

В Україні починаючи з 2000 р. і до 2014 р. значно зросли ціни реалізації молока. Якщо в 2000 р. середня ціна реалізації 1 т молока дорівнювала 530 грн./т, то в 2014 р. цей показник збільшився у сім разів та становив 3733 грн./т. На рис. 3 бачимо, що коливання цін протягом 2000 р. є значно вищим, ніж у 2014 р., а найбільш високою була ціна на молоко у грудні, найменшою – у червні 2010 р. та липні 2014 р. Коефіцієнт варіації цін реалізації молока становив 0,132 у 2000 р., тоді як у 2014 р. – 0,026.

У 2000 р. розмах варіації дорівнював 152,2% порівняно з мінімальним значенням та 107,5% – у 2014 р., що говорить про значне зменшення сезонних коливань цін по місяцях.

Як бачимо, у 2014 р. показники варіації обсягів продажу та цін на молоко значно нижчі, ніж у 2000 р. Виникає питання: чому зменшується ступінь коливання?

Однією з причин зниження коливання цін та обсягів реалізації молока стало те, що високоефективні господарства перейшли на одностипну годівлю корів протягом року. Так, для дослідження даного припущення було проаналізовано показники обсягів виробництва молока та ціни реалізації фермерського господарства «Альфа» Золочівського району Харківської області за 2010 р. (до переходу на одностипну годівлю) та 2014 р. (після переходу на одностипну годівлю) (рис. 3).

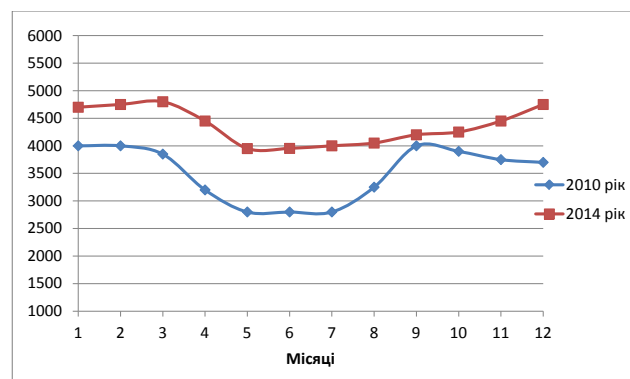


Рис. 3. Помісячні ціни реалізації молока у ФГ «Альфа» в 2010 та 2014 рр.

Джерело: розраховано автором за даними статистичної звітності

Таблиця 1

Динаміка цін реалізації та показників сезонності виробництва молока у ФГ «Альфа» в 2010 та 2014 рр.

Показники	січень	лютий	березень	квітень	травень	червень	липень	серпень	вересень	жовтень	листопад	грудень
Ціна реалізації молока в 2010 р., грн./т	4000	4000	3850	3200	2800	2800	2800	3250	4000	3900	3750	3700
Коефіцієнт варіації ціни	0,143											
Ціна реалізації молока в 2014 р., грн./т	4700	4750	4800	4450	3950	3953	4000	4050	4200	4250	4450	4750
Коефіцієнт варіації ціни	0,077											
Обсяг виробленого молока в 2010 р., т	156	147	167	157	163	186	199	171	148	137	134	155
Коефіцієнт варіації обсягу виробництва в 2010 р.	0,119											
Обсяг виробленого молока у 2014 р., т	184	176	207	219	228	223	213	169	178	187	201	219
Коефіцієнт варіації обсягу виробництва в 2014 р.	0,103											

Джерело: розраховано автором за даними статистичної звітності

Як видно з рис. 4, у ФГ «Альфа» з роками зменшилося коливання цін на молоко. Відхилення між найбільшою ціною у березні (4 800 грн./т) та найменшою – у травні (3 950 грн./т) становило 850 грн./т у 2014 р. Тоді як у 2010 р. це коливання становило 1 200 грн./т. Коефіцієнт варіації зменшився у два рази.

У досліджуваному господарстві протягом чотирьох років відбувалися зміни в сезонності коливання цін, оскільки коефіцієнт варіації ціни реалізації зменшився удвічі. Обсяг виробленого молока був найвищим у липні 2010 р. (199 т) та в травні 2014 р. (228 т), а найнижчим – у листопаді 2010 р. (134 т) та у серпні 2014 р. (169 т). Найменше виробництво молока у серпні пояснюється досить високою температурою повітря, що негативно вплинуло на продуктивність корів.

Оптимальна температура утримання корів коливається в межах від 7 до 17°C. За цією температурою споживання корму збільшується і завдяки цьому з'являється більше енергії для росту продуктивності. Набагато проблематичніші високі температури повітря, що створюють велике навантаження на організм корови, а також збільшують її потребу в енергії. За підвищених температур поїдання корму знижується і виникає дефіцит енергії, внаслідок чого продуктивність корів знижується до 20%. За тривалих високих температур виникають порушення у статевій функції, а також з'являються гострі запалення підшви ратиць [6].

Продіждене молоко добре зберігається за температури 4–5°C протягом доби і не погіршує своєї якості. Тривалість її залежить від ступеня забрудненості молока мікробами і температури його зберігання.

На прикладі високоефективних господарств можна зробити припущення, що обсяги виробництва та ціни реалізації залежать від однотипності раціонів годівлі протягом року та забезпечення рівномірності отелень.

Висновки. Сезонні коливання обсягів виробництва продукції та цін реалізації на молочну продукцію мають тенденцію до зниження. Головним чинником зменшення сезонних коливань є збільшення питомої ваги високоінтенсивних господарств в обсягах виробництва молока. Такі господарства, як правило, використовують однотипну годівлю корів протягом року, внаслідок чого коливання обсягів виробництва і продажу молока визначаються строками отримання приплоду та можливостями господарства забезпечити сприятливі умови утримання корів у спекотні місяці року. У міру збільшення питомої ваги господарств із використанням однотипної годівлі корів і надалі будуть зменшуватись сезонні коливання в обсягах продажу молока і цінах його реалізації.

Література:

1. Андрійчук В.Г. Внутрішня будова ринку сільськогосподарської продукції: теоретико-методологічний аспект / В.Г. Андрійчук // Економіка АПК. – 2004. – № 3. – С. 29–35.
2. Шиян Н.І., Ляліна Н.С. Організаційно-економічний механізм формування прибуткового виробництва продукції скотарства : [монографія] / Н.І. Шиян, Н.С. Ляліна. – Х. : Міськдрук, 2011. – 287 с.
3. Толбатов Ю.А. Методика прогнозування сезонного виробництва молока / Ю.А. Толбатов. – К. : Укragропромпродуктивність, 2012. – 119 с.
4. Ціноутворення та нормативні витрати в сільському господарстві (теорія, методологія, практика) : у 2-х т. / П.Т. Саблук, Ю.Ф. Мельник, Зубець М.В., В.Я. Месель-Веселяк [та ін.]. – К. : ІАЕ УААН, 2008. – 650 с.
5. Шпичак О.М. Економічні механізми державного регулювання ринків сільськогосподарської продукції та їх проблеми / О.М. Шпичак // Економіка АПК. – 2011. – № 2. – С. 150–155.
6. Черемисова В. Сезонність народження та її вплив на молочну продуктивність корів / В. Черемисова, Н. Крамар // Тваринництво України. – 2012. – № 1–2. – С. 6–8.
7. Жебровский Л.С. Разведение, селекция, генетика и воспроизводство сельскохозяйственных животных / Л.С. Жебровский, Н.Д. Голубева, Г.С. Матвеева, О.В. Толмацкий // Науч. труды С.-Петербург. гос. аграр. ун-та. – СПб., 2001. – С. 7–16.

Мищенко В.С. К проблеме сезонности в молочном скотоводстве

Аннотация. В статье рассмотрена проблема сезонности производства и сбыта молока, ее освещение в экономической литературе. Осуществлен анализ исследований, посвященных выбранной теме. Проанализирована динамика объемов производства и цен реализации молока по месяцам в сельскохозяйственных предприятиях. Исследованы показатели сезонности объемов производства и цен реализации молока в сельскохозяйственных предприятиях Украины, доказано, что уровень сезонности имеет тенденцию к уменьшению.

Ключевые слова: сезонность, объемы производства, цена реализации, коэффициент вариации, однотипное кормление.

Mishchenko V.S. Seasonal prevalence in cattle-breeding

Summary. The problem of concerning seasonal prevalence in production and sale of milk, its interpretation in economic literature have been considered. The researches devoted to the theme have been studied. The dynamics of production volumes and milk sale prices monthly at agricultural enterprises has been analyzed. The indices of production volume seasonal prevalence and milk sale prices at Ukrainian agricultural enterprises have been researched.

Keywords: seasonal prevalence, production volumes, sale price, variation coefficient, feeding of the same type.

Осаул А.О.,
старший викладач кафедри міжнародної економіки
та економічної теорії,
Запорізький національний університет

ВИКОРИСТАННЯ СТРАТЕГІЇ УПРАВЛІННЯ ЖИТТЄВИМ ЦИКЛОМ ПРОДУКЦІЇ НА ПІДПРИЄМСТВАХ МАШИНОБУДУВАННЯ

Анотація. У статті проаналізовано необхідність використання сучасних стратегій управління на підприємствах машинобудування у світі, а саме управління життєвим циклом продукції. Вказано на основні виклики, які стоять перед менеджментом підприємства, у тому числі глобалізація, персоніфікація кінцевої продукції, ускладнення виробничого процесу, зменшення прибутків, урядові стандарти, ініціативи з інтелектуалізації виробничих процесів.

Ключові слова: інновація, дифузія інновацій, технології, управління життєвим циклом продукції, глобалізація, інформаційні та комунікаційні технології.

Постановка проблеми. Збільшення глобального попиту на промислові товари живить попит на продукцію підприємств, які спеціалізуються у сфері машинобудування. Виклики, що стоять перед підприємствами галузі, пояснюються необхідністю скоротити як процес розробки глобальних продуктів, так і необхідні для цього ресурси. Протистояння викликам сучасного глобалізованого ринку набуває форми впровадження інтернаціоналізованих проектних розробок та виробничих платформ, виготовлення модульних конструкцій та підтримки множинних способів виготовлення машин та обладнання. Орієнтація на підсилення конкурентної позиції сучасних підприємств галузі, заснованих на інтелектуальному капіталі, є вкрай прагматичною позицією стратегічного управління.

Загальною тенденцією, тим не менш, на багатьох ринках, на яких підприємства у сфері машинобудування стикаються з глобальною конкуренцією, є оптимізація практично всіх напрямів бізнесу, а також управлінських стратегій. Передусім успішні конкурентоспроможні підприємства використовують стратегії управління життєвим циклом продукції, що охоплюють стадії від формування нематеріальної концепції продукту до виводу продукції з ринку, інтеграцію носіїв знаннєвого капіталу підприємства, виробничих процесів, систем управління знаннями та захисту інформації. Стратегії управління життєвим циклом продукції формують інформаційну основу виробництва продукту та її розширене відтворення.

Одним із найбільших ринків інвестицій у рішення з управління життєвим циклом продукції є ринок промислового обладнання. В основі стратегій з управління, притаманних їхній діяльності, лежить спільне управління формуванням технічних вимог до продукції. Це дає змогу підприємствам управляти даними з декількох різних джерел, визначати та управляти бізнес-процесами, сприяти експансії підприємств на зовнішні ринки, спрощувати доступ до інформації про продукт для широкого кола користувачів.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. М.Е. Роджерс у рамках теорії дифузії інновацій визнає новий продукт для

споживача як інноваційний. Він теоретично обґрунтовує впровадження інновацій, розрізняє початкові та пізні стадії дифузії інновацій із позиції поведінки підприємства, характеризує вибір часу для адаптації інновацій п'ятьма категоріями ринкових суб'єктів [1]. Нові технології, розроблені на інших підприємствах усередині країни або за кордоном, втілені у виробничий процес виготовлення машин, обладнання та компонентів, розглядаються такими дослідниками як Н. Сакурай, Е. Іоаннідіс, Г. Папаконстантиноу [2]. Р. Нелсон та Е. Фелпс, які звертають увагу на людський капітал як передумову обізнаності про нові технології та здатності використовувати їх на підприємстві. Вчені стверджують, що імітація та адаптація нових технологій потребують використання людського капіталу. Чим вищим є ступінь розвитку людського капіталу в менш розвинутій економіці, тим більш швидким є технологічний прогрес [3]. Придбання машин і обладнання як основного джерела знань для інновацій є складовою частиною спеціалізованого підходу до стратегії управління життєвим циклом продукції. Такий підхід було представлено консалтинговим підприємством CIMdata, діяльність якого спрямована на максимізацію здатності підприємства до проектування та постачання інноваційної продукції, надання методик експертизи та передового досвіду по рішенням з управління життєвим циклом на підприємствах різних форм власності [4].

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Дослідження впровадження рішень стратегії управління життєвим циклом продукції у переважній більшості випадків розглядаються як загальнотеоретичні, не стосуються проблем та особливостей розвитку конкретної галузі економіки. Відчутним є брак аналізу чинників обмежень щодо використання практики управління життєвим циклом продукції підприємствами машинобудування у світі.

Мета статті полягає у дослідженні нової парадигми управління інтелектуальним капіталом підприємства, а саме управління життєвим циклом продукції в галузі машинобудування.

Виклад основного матеріалу дослідження. Машинобудування є галуззю національної економіки, яка динамічно розвивається та вимагає від виробників передових досягнень у сфері науково-дослідних та дослідно-конструкторських розробок. Стійкий розвиток галузі є можливим лише за умов використання нових матеріалів, дифузії нових технологій та інвестицій в нові концепції розвитку. Багато підприємств галузі мають чималі досягнення відносно контролю вартості продукції, якості та ефективності діяльності, а ощадливе виробництво та концепція Шости Сигм стали невід'ємною частиною їхньої конкурентної позиції. Однак поряд з означеними чинниками росту підприємства у сфері машинобудування визнають необхідність пошуку нових шляхів підвищення ефективності, зосередження уваги на клієнтах і реалізації стратегій успіху в бізнесі.

Необхідність адаптації менеджменту підприємств машинобудування до викликів сучасного глобалізованого ринку пояснюється глобалізацією, адже споживачі на глобальному ринку вимагають стійких товарів та послуг, диференційованих для локальних і централізованих мереж дистрибуції та служб підтримки; вибагливістю споживачів, заснованих на добрій поінформованості клієнтів про ціну, виробництво й конкурентні альтернативи; нормативно-правовим середовищем; зростанням складності продукції, що пояснюється широким використанням вбудованої електроніки і програмного забезпечення в продукції підприємств.

Світове виробництво продукції машинобудування характеризується поняттям «комплексності» продукції, яка включає в себе швидке збільшення кількості програмного забезпечення всередині машин, ускладнення вимог замовників відносно більш спеціалізованих машин, дійсні екологічні та інші урядові постанови, принцип «Індустрія 4.0» і додаткові інтелектуальні заводські ініціативи. По суті, основною вимогою до процесу управління підприємством, заснованим на знаннях, стає дотримання принципу більшої інноваційності в процесі розробки, виробництва й експлуатації машин. Машинобудівні підприємства повинні бути в змозі проектувати, організовувати виробництво й експлуатувати машини для того, щоб оптимізувати продуктивність праці, поліпшувати якість і максимізувати прибуток. При цьому необхідною вимогою стає підвищення швидкості й ефективності стадій дослідно-конструкторського ланцюжка, розширення міжгалузевого співробітництва, забезпечення відтворюваності й ефективності виробничих процесів, відповідності нормативним потребам проектування передових мехатронних виробів.

Необхідність використання стратегії управління життєвим циклом продукції підприємств машинобудування визначається виробниками промислового обладнання на світовому ринку як така, що дає змогу вирішувати завдання постачання більш розумних, багатфункціональних та простих в обслуговуванні машин, ніж у попередній період часу.

Управління життєвим циклом продукції – це інформаційно-технологічне середовище, в основі якого лежать продукти та виробничі процеси; діяльність із управління продукцією протягом усіх етапів життєвого циклу найбільш ефективним способом. Управління життєвим циклом продукції вимагає системного підходу, оскільки інтегрує пов'язані з виробництвом продукції прикладні системи, дані, процеси, інструменти й навички.

Реалізація стратегії управління життєвим циклом потребує підтримки керівництвом окремих носіїв інтелектуального капіталу, проектних груп, які беруть участь у створенні, повторному використанні, обговоренні й управлінні продуктом, а також обробці інформації. Використання стратегії управління життєвим циклом підтримує цифрову розробку продукції і цифрове виробництво, що дає змогу відокремленим командам досягти скорочення тривалості стадій життєвого циклу, прискорення часу виходу на ринок, збільшення інноваційної складової вироблених продуктів та втілених технологій.

Значним досягненням є стратегія управління життєвим циклом продукції, запропонована Siemens для розв'язання питань пов'язаних із дизайном машин за допомогою програмного забезпечення. Стратегія надає можливість підприємствам машинобудування більш ефективно управляти життєвим циклом продукції, підвищувати продуктивність праці, забезпечувати гарантії розвитку більш досконалих машин, скорочу-

вати час ініціалізації виробництва за рахунок віртуального проектування і введення в експлуатацію [5]. У рамках управління життєвим циклом продукту діє підхід Mission-Driven machines, який дає змогу виробникам підприємств машинобудування ефективно розробляти більш інтелектуальні машини з нижчою вартістю і здійснювати управління процесом розробки в умовах складного бізнес-середовища [6].

Особливий підхід до рішень з управління життєвим циклом продукту був запропонований компанією Bosch Engineering and Business Solutions, покликаний забезпечувати прості методи використання стратегії управління, отримання окупності інвестицій на ранніх стадіях життєвого циклу продукції [7]. Підприємство пропонує інтеграцію операційних процесів та автоматизований документообіг в управлінні життєвим циклом продукту, що дає змогу успішно вирішувати проблеми скорочення життєвого циклу продукції та зростання виробничих витрат. Стратегія, запропонована Bosch Engineering and Business Solutions, ґрунтується на власному досвіді впровадження рішень з управління життєвим циклом промислової продукції. Фахівці доводять її інтегрованість у вертикальну структуру підприємств машинобудування. Рішення з управління життєвим циклом продукту дають змогу управляти складними міжфункціональними процесами, сприяють підвищенню рентабельності за рахунок злиття численних процесів розробки виробів, оскільки стратегія управління Bosch акцентує увагу на таких ключових областях управління життєвим циклом, як проектування, виробництво і надання послуг.

Наразі передові підприємства галузі пропонують цифрове програмне забезпечення з управління життєвим циклом продукції, що дає змогу підприємствам машинобудування здійснювати співпрацю з проектування та гнучкого виробництва на глобальному рівні шляхом втілення спеціальних знань у процес виготовлення продукту; сприяти розповсюдженню глобального продукту шляхом системного та циклічного процесу управління роботи членів команди в різних країнах; інтегрувати коопераційні зв'язки з постачальниками в структуру управління життєвим циклом продукту; впроваджувати віртуальні інновації у сфері машинобудування з метою наочного обґрунтування ефективності виробничого процесу з боку груп розробників та технологічних груп.

Для того щоб відповідати вимогам споживачів, менеджмент підприємств у сфері машинобудування повинен постійно аналізувати господарську діяльність своєї компанії, здійснювати відповідні коригування стратегій, ініціювати у випадку необхідності організаційні зміни, змінювати цілі й ресурси розвитку. Машинобудівні підприємства, що використовують стратегію управління життєвим циклом продукції, як правило, залежать від інформації, втіленої в товарах і відповідних виробничих процесах, а саме:

- 1) ініціатив, спрямованих на корпоративну відповідальність, які ґрунтуються на зв'язку і співпраці між командами, відділами, постачальниками і партнерами виробничих мереж. Важливою основою для такої ініціативи стає коректна інформація про виготовлені вироби та технологічний процес, своєчасно надана носіям інтелектуального капіталу підприємства;
- 2) ініціатив, спрямованих на створення повторно використовуваних деталей та виробничих процесів. Підприємства машинобудування заохочують раціоналізаторські ініціативи щодо спрощення пошуку інформації, втіленої у виробі та технологічному процесі відносно проектної ідеї, вимог до продукту та особливих специфікацій, а також вкладання інвестицій

у вдосконалення дизайну і помірковане створення багаторазово використовуваних деталей. Зазначені ініціативи передбачають надання інформації про виробу та процеси, які відповідають вимогам повторного використання суб'єктам, на яких покладені відповідні функціональні обов'язки;

3) проривних ініціатив. Інформація, інкорпорована у виробу та технологічні процеси, справляє безпосередній вплив на новостворені продукти підприємств, систему логістичних ланцюжків, відносини з постачальниками, організацію каналів розподілу, можливість надавати послуги. Швидкі способи обробки такої інформації дають менеджерам підприємства більш гнучкі підходи під час формування й втілення нових методів роботи для досягнення проривних результатів.

Ефективність реалізації стратегії управління життєвим циклом залежить від формування відповідних передумов ведення бізнесу, чинників попиту й пропозиції.

Із боку попиту існує три головні групи умов можливості здійснення дифузії інновацій. Насамперед ідеться про обізнаність інженерів у новій технології та здатність використовувати й адаптувати її (здатність до поглинання), а також вигідність адаптації нової технології залежно від ціни, очікуваної віддачі, ризикованості проекту. Основними з позиції попиту чинниками, що визначають реалізацію зазначених умов, є інвестиції підприємств у людський капітал та НДДКР, організаційні інновації, розмір та основні ринкові характеристики, які впливають на взаємодію між основними ринковими учасниками. Інвестиції підприємств у людський капітал є визначальним чинником адаптації інновацій. Створення аналогів, в яких значну частку становить дифузія інновацій, із більшою вірогідністю буде здійснюватися висококваліфікованими інженерами, аніж низькокваліфікованими робітниками, натомість виробництво копій продукції в процесі кінцевого виробництва може здійснюватися некваліфікованим персоналом. Відкритість національних ринків та нерівний ступінь розвитку підприємств визначають наявність різних способів адаптації технологій, а в результаті труднощів для підприємств – реципієнтів технологій, адже часто має місце технологічна різниця між інноваційним лідером та країною – реципієнтом інновацій, що визначає наявність так званого технологічного кордону як перешкоди для швидкої дифузії інновацій. У такому випадку людський капітал підприємства виступає запорукою подальшого поглинання отриманих технологічних знань, виступає чинником дифузії інновацій [8].

Основними чинниками з боку пропозиції стратегії управління життєвим циклом, що визначають основні фактори зрушень у дифузії інновацій, є інвестиції в НДДКР та інновації з боку постачальника. Зазначена політика передбачає здатність підприємства вдосконалювати власні технології, постачати споживачам комплементарні блага, зменшувати технологічні витрати. Додаткові капіталовкладення підприємств підсилюють їхню здатність упроваджувати нові технології та надавати необхідну інформацію про це споживачам.

Покращання взаємодії між сторонами попиту та пропозиції є можливим завдяки, по-перше, застосуванню інформаційних та комунікаційних технологій, які спрощують міжособистісні стосунки, покращують доступ до інформації та збільшують обізнаність про нові технології; по-друге, оптимальній ринковій структурі, адже вертикальна та горизонтальна інтеграція сприяє підвищенню ефективності потоків матеріальних та нематеріальних активів на підприємствах машинобудування; по-третє, географічній концентрації, завдяки якій просторовий розрив не тільки сприяє адаптації нових технологій потенцій-

ними споживачами, але й збільшує їхню довіру до постачальників технологій.

Для підприємств машинобудування розробка нових продуктів та їх виведення на ринок поєднує інновації та диференціацію, необхідні для успішного ринкового позиціонування. Для багатьох підприємств зміна процедур управління на такі, що орієнтовані на інноваційний продукт та найшвидше виведення його на ринок, мають вирішальне значення для ефективності й успіху укладених партнерських угод. Управління життєвим циклом передбачає прозорість і контроль виготовлення продукції та інформаційного процесу відповідно до управлінських вимог, початкової концепції продукту, планування, детального проектування, аналізу та оптимізації процесів виробництва. Таким чином, гнучка та інноваційна політика виведення продукту на ринок допомагає інженерам зосередитися на заходах збільшення доданої вартості продукту шляхом удосконалення каналів комунікацій, зменшення непередбачуваних ситуацій та прийнятті першочергових виважених рішень.

Багаторічний досвід роботи широкого кола підприємств машинобудування дає змогу стверджувати, що використання стратегій управління життєвим циклом продукції та способів стимулювання використання таких стратегій створюють сприятливі умови для розвитку підприємств галузі, допомагають виконувати ключові бізнес-завдання. Хоча вигоди від зазначеної практики є істотними, існують і обмеження щодо втілення практики управління життєвим циклом продукції в життя. Багато великих підприємств не мають визначеного механізму прийняття рішень у рамках стратегії управління життєвим циклом. Наприклад, використання практики механічного комп'ютерного автоматизованого дизайну інструментів, управління даними за допомогою менеджменту формування технічних вимог до продукції супроводжуються частковим інкорпоруванням рішень із моделювання та аналізу у розробку стратегії управління життєвим циклом продукту. Використання інструментів моделювання та аналізу на початку циклу розробки продукту може дати значні переваги в області якості, економії витрат і часу виходу на ринок.

Неабиякою перевагою управління життєвим циклом є його здатність розширювати диверсифікацію діяльності підприємства, створювати підґрунтя для максимізації ефективності використання власних ресурсів. Тим не менш, кроки з подолання функціональних обмежень часто стають причиною появи додаткових культурних та організаційних бар'єрів. Рішення про впровадження стратегії управління є комплексними та складними, потребують інвестування значних фінансових та інтелектуальних ресурсів, що також гальмує можливості їхньої адаптації в поточну практику господарювання. Останнє є особливо актуальним для підприємств малого та середнього бізнесу галузі, що мають звужені можливості інвестування в передові інформаційні технології, висококваліфікований персонал.

Висновки. Таким чином, підприємства галузі постають перед необхідністю відповідати великій кількості нових вимог, які ставить перед ними глобалізований ринок, наприклад попит на більш гнучкий дизайн продукції, а також на машини, які можуть бути легко інтегровані в поточний виробничий процес. Крім того, збільшення глобальної конкуренції, ринкові стандарти і регламентації діяльності вимагають від промислових підприємств, які обслуговують кілька галузей національних економік, постійно оновлювати та оптимізувати свою продукцію. Наразі перед підприємствами у сфері машинобудування стоїть завдання виготовлення децентралізованої, автономної

продукції, яка взаємодіє з іншими машинами, що дає можливість оптимізувати процес виробництва. Використання стратегій управління життєвим циклом продукції створює основу для тривалої співпраці не тільки між підприємствами галузі, але й із споживачами, оскільки придбані машини, обладнання потребують установа, введення в експлуатацію, підготовки до виробничого використання, підтримки протягом тривалого періоду часу. З огляду на вищесказане та усвідомлюючи необхідність урахування накопиченого в галузі досвіду з управління життєвим циклом продукції, підприємства мають інтегрувати в поточну діяльність розв'язання таких нагальних питань, як забезпечення прибутковості зростання в глобальному конкурентоспроможному середовищі, нарощування продуктивності праці за умов ескалації вимог замовників, збільшення ефективності розробки нового продукту за скорочення його життєвого циклу та необхідності мінімізації експлуатаційних витрат.

Література:

1. Rogers M.E. Diffusion of innovation. – New York: The Free Press, 1983 [Electronic resource]. – Available at: <https://teddykw2.files.wordpress.com/.../everett-m-rogers-diffusion-of-in...>
2. Sakurai N. The Impact of R&D and technology diffusion on productivity growth: evidence for 10 OECD countries in the 1970s and 1980s / N. Sakurai, E. Ioannidis, G. Papaconstantinou. – OECD Science, Technology and Industry Working Papers, 1996/02, OECD Publishing [Electronic resource]. – Available at: <http://dx.doi.org/10.1787/413581370285>.
3. Nelson R.R. Investment in humans, technological diffusion and economic growth // American Economic Review. – 1966. – № 56. – P. 69–75 [Electronic resource]. – Available at: www.development.wne.uw.edu.pl/.../gtac_nelso...
4. PLM Road Map™ [Electronic resource]. – Available at: www.CIMdata.com.
5. Mission-driven machines [Electronic resource]. – Available at: https://www.plm.automation.siemens.com/en_us/machinery/mis-sion-driven-machines/index.cfm.
6. Mission-driven machines through advanced machine engineering [Electronic resource]. – Available at: <https://community.plm.automation.siemens.com/t5/Siemens-PLM-Corporate-Blog/Mission-Driven-Machines-through-Advanced-Machine-Engineering/ba-p/335197>.
7. Bosch Engineering and Business Solutions. Product Lifecycle Management [Electronic resource]. – Available at: http://www.bosch-india-software.com/en/engineering/product_engineering/product_lifecycle_management/product_lifecycle_management.html.
8. Benhabib, J. Human Capital and Technology Diffusion. Handbook of Economic Growth [Electronic resource]. – Available at: <https://ideas.repec.org/h/eee/grochp/1-13.html>.

Осаул А.А. Использование стратегии управления жизненным циклом продукции на предприятиях машиностроения

Аннотация. В статье проанализирована необходимость использования современных стратегий управления на предприятиях машиностроения в мире, а именно управление жизненным циклом продукции. Перечислены основные вызовы, которые стоят перед менеджментом предприятия, в том числе глобализация, персонификация конечной продукции, сложность производственного процесса, уменьшение доходов, правительственные стандарты, инициативы по интеллектуализации производственных процессов.

Ключевые слова: инновация, диффузия инноваций, технологии, управление жизненным циклом продукции, глобализация, информационные и коммуникационные технологии.

Osaul A.A. Production life-cycle management strategy use at the mechanical engineering enterprises

Summary. The article analyzes the necessity of the use of modern management strategies by the mechanical engineering companies in the world, namely, product life-cycle management strategies. The major challenges of the enterprise's management, including globalization, the personification of the final product, the complexity of the manufacturing process, shrinking of margin, governmental standards, intellectualization of production processes' initiatives were mentioned.

Keywords: innovation, diffusion of innovation, technology, product lifecycle management, globalization, information and communication technologies.

Рубан В.В.,

к.е.н., доцент,

доцент кафедри економіки і маркетингу,

Харківський національний економічний університет

імені Семена Кузнеця

ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ВИЗНАЧЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ

Анотація. У статті проаналізовано теоретичну сутність ефективності інвестиційної діяльності на промислових підприємствах. Обґрунтовано вплив інвестиційної діяльності на підвищення конкурентоспроможності підприємства. Вдосконалено класифікацію видів ефективності інвестиційної діяльності підприємств.

Ключові слова: підприємство, інвестиційна діяльність, ефективність, інвестиційна привабливість, результат.

Постановка проблеми. Забезпечення ефективної інвестиційної діяльності підприємства є одним із ключових факторів зростання потенціалу суб'єктів господарювання всіх рівнів. На сьогодні багато питань із визначення ефективності інвестиційної діяльності підприємств є дискусійними.

Інвестиційний клімат в Україні не може бути охарактеризований як сприятливий через низку проблем, які заважають його розвитку. Це, зокрема: нестабільність нормативно-правової бази; постійні коливання курсу національної грошової одиниці; політична нестабільність; недостатній рівень розвитку валютного регулювання; низький рівень забезпечення привабливості об'єктів інвестування, інвестиційної діяльності банків, розвитку та функціонування парабанківської системи; недостатня кількість вільних економічних та офшорних зон та ін. [1, с. 44].

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Теоретичним аспектам визначення та підвищення ефективності інвестиційної діяльності в ринкових умовах присвячено роботи таких відомих зарубіжних та вітчизняних учених, як: Беренс В., Бірман Г., Брігхем Ю.Ф., Ковальов В.В., Норткотт Д., Холт Р., Хорн Д., Бланк І.О., Гриньова В.М., Орлов П.А., Петренко Л.М., Савчук В.П., Хобта В.М., Яковлев А.І., Ястремська О.М. та ін. Проте деякі питання даної проблеми потребують обґрунтування в теоретичному і практичному аспектах.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Для визначення результативності чи доцільності інвестиційної діяльності для інвестора використовується поняття «ефективність інвестиційного проекту». Залежно від контексту можуть використовуватися й інші характеристики: «інвестиційна привабливість», «прийнятність», «здійснюваність» тощо.

Як відомо, інвестиційна діяльність – це діяльність, пов'язана із вкладенням коштів в об'єкти інвестування з метою одержання прибутку. Вона може передбачати розміщення ресурсів, придбання і реалізацію необоротних активів, здійснення фінансових інвестицій, формування інвестиційної програми та забезпечення її реалізації тощо [2; 3].

Ефективність – це економічна категорія, яка в загальному розумінні означає результативність витрат живої та уречевленої праці [2, с. 5]. Критерій ефективності інвестування – це міра, що визначає ступінь результативності інвестиційної

діяльності та інвестиційного процесу. Він характеризує результат порівняно з обсягами, формами, напрямками і рівнем ризику інвестування, тому критерій ефективності інвестування може мати однаковий рівень за різних обсягів інвестування і відрізнятися за однакових за величиною вкладень. Він передбачає наявність оптимального співвідношення результату інвестування і необхідних для його отримання інвестиційних витрат. Критерій оптимальності необхідно розглядати як досягнення максимально можливого результату з кожної одиниці інвестиційних витрат або як абсолютний мінімум цих витрат на кожну одиницю інвестиційних доходів [2, с. 6].

У деяких роботах, де йдеться про необхідність оцінювання ефективності, і досі можна зустріти отождолення критерію ефективності з показниками ефективності [3; 4]. Крім того, деякі автори доводять необхідність кількісного визначення критерію ефективності і навіть замінюють його показником ефективності [5, с. 33]. Потрібно чітко розмежувати поняття критерію ефективності інвестування і показника ефективності інвестування. Критерій відбиває оцінку ефективності, а показник – формальну модель кількісного прояву ефективності, тобто визначає що, де, коли і яким чином підлягає вимірюванню. Складність і багатогранність інвестиційного процесу ставить вимоги до категорії ефективності інвестування, яку неможливо охарактеризувати одним показником. Для одержання всебічної оцінки рівня ефективності інвестиційної діяльності та інвестиційного процесу необхідно розробити систему показників, що відображають різні сторони результатів інвестування.

Мета статті полягає в узагальненому аналізі та вдосконаленні теоретико-методологічних підходів до сутності та класифікації ефективності інвестиційної діяльності підприємств.

Виклад основного матеріалу дослідження. Прагнення учасників інвестиційної діяльності до максимізації результатів інвестування з найменшими витратами ресурсів підсилюється в сучасних умовах господарювання об'єктивно дією економічних законів, які відображають внутрішній необхідний стійкий зв'язок між основними протилежними сторонами, властивостями, ступенями розвитку явищ і процесів об'єктивного світу, за якого здійснюється перехід даного протиріччя в його більш розвинені форми. Серед діючих законів визначне місце у формуванні зв'язку між трьома головними складовими частинами ефективності – необхідністю задоволення інтересів інвесторів та підприємств-реципієнтів, сукупним капіталом, що інвестується, та рівнем ефективності його використання – займають закон додаткової вартості та закон економії часу [6, с. 89]. Дія першого закону проявляється у формуванні економічних та соціальних результатів процесу інвестування виходячи з типових суспільно-економічних і об'єктивно необхідних природних умов господарювання. Сутність закону економії часу визначає необхідність усебічної економії інвестиційних

ресурсів. У сучасних умовах господарювання односпрямована дія цих законів змінює місце та значення ефективності інвестиційних процесів на промислових підприємствах і призводить до підвищення значущості процедури її оцінки.

В умовах переходу до ринкової системи виникає необхідність полімотивації інвестиційної діяльності, що пов'язано з виникненням потреб у досягненні не лише економічної, а й інших видів ефективності. Незважаючи на те що сучасні умови господарювання орієнтують учасників інвестування переважно на економічні результати, їх урахування забезпечує підвищення якості планування і регулювання результатів інвестиційної діяльності, що сприяє формуванню зворотного зв'язку між результатами інвестиційної діяльності як сили мотиву та мотивацією інвесторів до участі в наступних проектах. Отже, необхідно глибоко дослідити сутність ефективності інвестиційної діяльності, сформувати методичні підходи до оцінки рівня ефективності і з урахуванням цього вдосконалити інструменти управління, які дадуть змогу посилити мотивацію інвесторів та підвищити ступінь керованості результатів інвестування.

Пріоритетною ціллю інвестиційної діяльності є задоволення інтересів учасників найбільш повною мірою, тому якісна характеристика ефективності інвестування полягає в отриманні найбільшого рівня ефективності. З точки зору кількісної визначеності сутність ефективності інвестиційної діяльності проявляється через дію специфічного закону підвищення ефективності виробництва, в основі якого лежать певні соціально-економічні умови, під час зміни яких модифікується або припиняється його дія. Згідно з цим законом, максимальний результат господарювання повинен бути досягнутий з мінімальною величиною ресурсів, що використовуються. Комплексне відображення кінцевих результатів використання засобів виробництва та робочої сили за певний проміжок часу характеризує категорію ефективності виробництва. Тоді формалізована статична модель визначення ефективності інвестиційної діяльності співпадає з визначенням ефективності виробництва [7, с. 25]:

$$\text{Ефективність} = \frac{P}{B}, \quad (1)$$

де P – результат інвестиційної діяльності промислового підприємства, грн.;

B – витрати, грн.

У цій моделі чисельник відображає рівень результатів інвестиційної діяльності підприємства, а знаменник – витрати, що зумовлюють появу результату за відповідний період часу. При цьому діяльність визнається ефективною, якщо відношення результатів цієї діяльності до витрат на її здійснення більше одиниці [8]. Однак у цьому разі результат повинен визначатися загальною масою грошових надходжень від реалізації інвестиційної діяльності. Якщо результат інвестиційної діяльності представлено прибутком, отриманим від реалізації інвестиційних проектів, то критерій ефективності набуває іншого значення, а саме: інвестиційна діяльність може характеризуватися як ефективна, якщо рівень ефективності перебільшує нульове значення. Слід відзначити, що в даному випадку прибуток є ефектом інвестування, який повинен

характеризуватися невід'ємним значенням, що свідчить про спроможність відшкодування маси вкладеного капіталу [9]. Перевагою використання під час розрахунку ефективності інвестиційної діяльності загального результату є те, що він урахує вартість знову створеного продукту, а не тільки його частину у вигляді прибутку.

Наповнення сутності ефективності інвестиційної діяльності різним смисловим контекстом, який дає змогу з різною мірою повноти і з різних точок зору розглянути ефективність інвестиційної діяльності, викликане різноманітністю відносин, що описуються нею, і повноти значної кількості учасників, що ускладнює процес мотивації [10]. Це свідчить про спробу розкриття сутності ефективності інвестиційної діяльності промислових підприємств передусім на понятійному рівні або рівні надання простого визначення. Хоча рівень визначення є більш високим по відношенню до понятійного уявлення про об'єкт пізнання, він дає змогу лише розкрити зміст явища, що досліджується, представити сукупність об'єктивних єдностей визначень як характеристик окремих сторін явища, що досліджується [11]. Але наявна підміна категорій, по відношенню до яких розкривається сутність ефективності, а саме інвестування – інвестиційний проект – інвестиція – інвестиційна діяльність, не дає змоги стверджувати про поглиблене її розкриття і рівень, вищий за поняття та визначення. Тому теоретичне і практичне значення має встановлення сутності ефективності інвестиційної діяльності як категорії в контексті поглиблення економіко-філософського пізнання її суті, з одного боку, є основним і найбільш загальним поняттям, а з іншого – первинним об'єктом пізнання [12, с. 204]. Зрозуміло, що для аналітичних оцінок доцільності прийняття управлінських рішень ефективність інвестиційної діяльності має поліморфність визначення, тому важливим є відокремлення різних видів ефективності інвести-

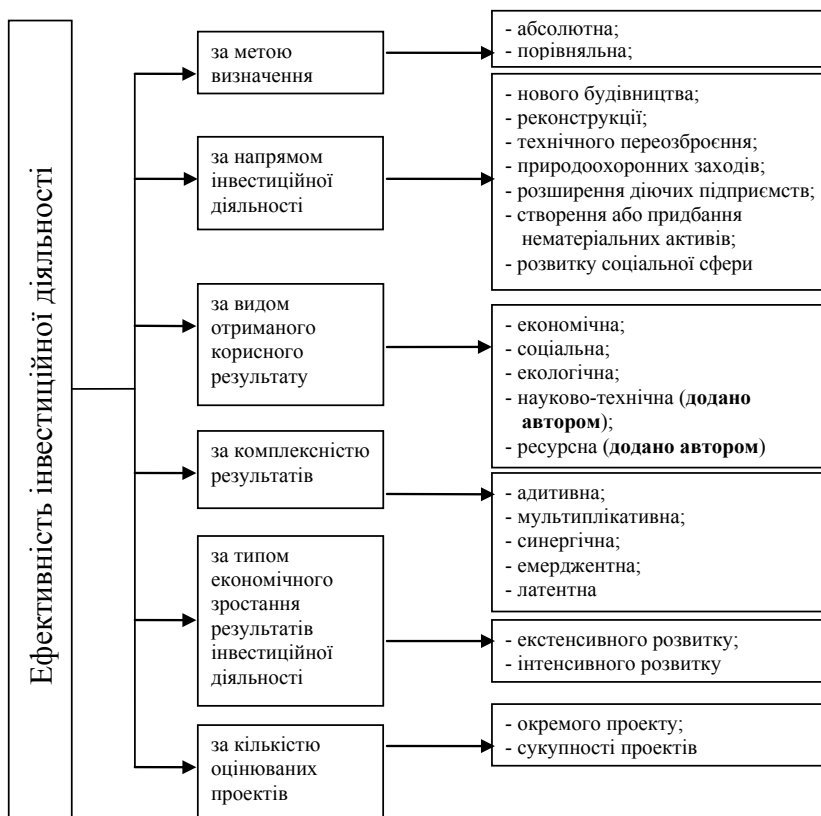


Рис. 1. Види ефективності інвестиційної діяльності

ційної діяльності та розкриття їх сутності, класифікаційні ознаки яких мають практичне значення для створення дієвих інструментів оцінки ефективності та регулювання її рівня (рис. 1).

Дана класифікація дає змогу впорядкувати види ефективності інвестиційної діяльності промислового підприємства з урахуванням ускладнення господарських зв'язків та динамічність інвестиційного середовища. Слід відзначити, що деякі з представлених на рис. 1 ознак класифікації виділяються вітчизняними та зарубіжними вченими.

Автором уточнено класифікацію видів ефективності інвестиційної діяльності підприємств, якою, згідно з класифікаційною ознакою «залежно від виду отриманого корисного результату», додатково виділено науково-технічну та ресурсну ефективність.

Різноманіття відзначених класифікаційних ознак впливає на процедуру визначення величини ефективності інвестування і, як наслідок, обумовлює силу мотивації, що має суттєве значення для активізації інвестиційної діяльності промислових підприємств.

Комплексний аналіз ефективності інвестиційної діяльності на підставі одержаних результатів повинен передбачати врахування не тільки економічної, а і соціальної, екологічної, науково-технічної та ресурсної ефективності. Сутнісно-змістова характеристика економічної ефективності відображається вартісними показниками реалізації інвестиційних проектів, тобто абсолютним розміром одержаного валового доходу чи прибутку (так званий економічний ефект) чи відносними показниками, які характеризують питому вагу ефекту в сумі авансованих ресурсів (сама економічна ефективність).

Досягнення соціальної ефективності в окремих випадках досить складно вимірювати кількісно, а найпоширенішими вимірниками соціальних ефектів є скорочення тривалості робочого тижня, збільшення кількості робочих місць і рівня зайнятості, поліпшення умов праці та побуту порівняно з витратами, спрямованими на досягнення цих результатів [13, с. 99]. Місце екологічної ефективності серед економічної та соціальної ефективності інвестиційної діяльності є двоїстим. З одного боку зміна стану довкілля може призвести до появи економічних витрат, пов'язаних із забрудненням навколишнього середовища, а з іншого – можуть відбутися соціальні зміни у вигляді підвищення плінності персоналу у зв'язку зі зростанням рівня професійних захворювань і погіршення стану здоров'я місцевого населення. Однак не припинюючи значення соціальної та екологічної ефективності, необхідно відзначити, що в умовах ринкової економіки за дефіциту інвестиційних ресурсів визначальне місце має економічна ефективність. Науково-технічну ефективність доцільно визначити порівнянням досягнутого ефекту від отримання нових знань і технічних засобів і капітальних вкладень на їх отримання. Ресурсна ефективність визначається порівнянням досягнутого ефекту від збільшення обсягу обмежених ресурсів за рахунок додавання до природних створених альтернативних штучних і капітальних вкладень на їх створення.

За метою визначення розрізняють порівняльну та абсолютну ефективність. Абсолютна ефективність характеризує загальний, або питомий, результат інвестування за певний проміжок часу і використовується для оцінки ефективності окремого інвестиційного проекту [14, с. 2]. Порівняльна характеристика відображає наслідки порівняння альтернативних варіантів інвестування і вибору на базі порівняння приведених за часом доходів або витрат найпривабливішого з них.

Циклічність та комплексність інвестиційної діяльності, що реалізується у формі окремих інвестиційних проектів, може спричинити повторення ефекту окремого проекту, тому набуває значення розглядання та уточнення змісту адитивної, мультиплікативної, синергічної, емерджентної та латентної ефективності інвестиційної діяльності. Адитивна ефективність інвестиційної діяльності означає, що очікуваний ефект одночасної реалізації незалежних інвестиційних проектів дорівнює сумі очікуваних ефектів цих проектів, незалежних один від одного. Сутність мультиплікативної ефективності аналогічна адитивній, але на відміну від неї передбачає рівняння сукупного ефекту множині ефектів окремих інвестицій [15]. Синергічна ефективність інвестиційної діяльності виражає комбінований вплив сукупності ефектів інвестиційних проектів на результати господарювання підприємства, причому загальний вплив інвестиційної діяльності перебільшує арифметичну суму ефективностей окремих проектів, що утворюють інвестиційну програму. Прикладом емерджентної ефективності інвестиційної діяльності може виступати зростання величини ефектів окремих інвестиційних проектів, за якого зростання результативності інвестиційної діяльності не відбувається («парадокс збереження» Кейнса) [16]. Розбіжність у часі актів інвестування капіталу й отримання відповідних результатів потребує розглядання часових характеристик ефективності інвестиційної діяльності, тому більш істотного значення набуває виокремлення латентної ефективності, яка відбиває час, який проходить від моменту інвестування до початку отримання результатів, що вимагає приведення платежів процесу інвестування у зіставлений вигляд за допомогою процедур дисконтування або нарощення.

Виокремлення категорії ефективності інвестиційної діяльності як самостійної свідчить, що вона знаходиться у тісному взаємозв'язку з іншими економічними категоріями і характеризує певну сукупність економічних процесів на промисловому підприємстві, пов'язаних із рухом вартості, авансованою в довгостроковому періоді в інвестиційні об'єкти з моменту вкладення коштів до моменту їх реального відшкодування і розподілу додаткової вартості. Тому вимоги системного підходу потребують визначення ефективності інвестиційної діяльності відповідно існуючим методичним підходам до оцінки ефективності інвестиційних проектів. На цей час розроблено достатньо повну характеристику ефективності інвестиційних проектів [17–19]. Так, найчастіше проект визнається ефективним, якщо забезпечується повернення вкладеного капіталу і потрібна прибутковість для інвесторів [20, с. 59]. Інші автори тлумачать ефективність як відвернуті економічні збитки [21, с. 9]. Серед методів, за допомогою яких розраховується ефективність інвестицій, найчастіше виділяють такі, що враховують цінність платежів за часом. Проте їх використання не завжди доцільно з позиції поставлених завдань з оцінки ефективності інвестицій, оскільки використання фактору часу може бути лише допоміжним засобом розрахунків. Однак при цьому відсутній єдиний підхід до систематизації розроблених показників, що характеризують ефективність інвестиційних проектів. Зрозуміло, що лише розвинуте уявлення про існуючі класифікаційні ознаки може сприяти підвищенню якості обґрунтування інвестиційних рішень у господарчій діяльності промислових підприємств.

Висновки. Через виняткову специфічність і універсальність дефініції ефективності інвестиційної діяльності досі не було вироблено єдиної системи показників, що об'єктивно характеризують рівень її ефективності. З метою забезпечення

обґрунтованості визначення ефективності інвестиційної діяльності підприємств автором доповнено класифікацію видів ефективності інвестиційної діяльності підприємств, за якою, згідно з класифікаційною ознакою «залежно від виду отриманого корисного результату», додатково виділено науково-технічну та ресурсну ефективність.

Література:

- Лешанич Л.В., Гунда С.В. Розвиток інвестиційної діяльності в Україні та шляхи подолання інвестиційної кризи / Л.В. Лешанич, С.В. Гунда // Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія «Право». – 2015. – Вип. 31. – Т. 2 – С. 43–45.
- Егоров П.В. Управление инвестиционными рисками в производственно-хозяйственных системах / П.В. Егоров, А.А. Лактионова. – Донецк : Юго-Восток, 2005. – 209 с.
- Лимитовский М.А. Основы оценки инвестиционных и финансовых решений / М.А. Лимитовский. – М. : ДеКА1997. – 184 с.
- Руководство пользователя Project Expert 6 Professional. – М. : Про-Инвест Консалтинг, 1999. – 160 с.
- Сергеев И.В. Организация и финансирование инвестиций / И.В. Сергеев, И.И. Веретенникова. – М. : Финансы и статистика, 2000. – 272 с.
- Решетникова Т.П. Повышение конкурентоспособности предприятия и ее изменение / Т.П. Решетникова // Наук. праці Донецького державного технічного університету. Серія: Економічна. – 2001. – Вип. 37. – С. 50–55.
- Маркіна І.А. Методологічні питання ефективності управління / І.А. Маркіна // Фінанси України. – 2000. – № 6. – С. 24–32.
- Методические рекомендации по оценке эффективности инвестиционных проектов и их отбору для финансирования. – М. : Экономика, 2000. – 80 с.
- Козаченко А.В. Критерии принятия инвестиционных решений / А.В. Козаченко, Г.И. Янчук // Вісник Східноукраїнського національного університету ім. Володимира Даля. – 2003. – № 4. – С. 18–25.
- Божко Т. Критерии финансовой оценки инвестиционных проектов / Т. Божко // Бизнес Информ. – 1998. – № 20. – С. 44–47.
- Аверьянов С.Н. Системное познание мира: Методологические проблемы : [монография] / С.Н. Аверьянов. – М. : Политиздат, 1985. – 263 с.
- Философский энциклопедический словарь. – М. : ИНФРА-М, 1997. – 576 с.
- Яковлев А.И. Проектный анализ инвестиций и инноваций / А.И. Яковлев. – Х. : Бизнес-Информ, 1999. – 116 с.
- Фасхiev X.A. Оценка экономической эффективности инвестиций в новую технику / X.A. Фасхiev, C.B. Зубкова // Машиностроитель. – 1999. – № 6. – С. 2–8.
- Стефанов Н. Мультипликативный подход и эффективность / Н. Стефанов. – М. : Политиздат, 1980. – 208 с.
- Кейнс Дж. Общая теория занятости, процента и денег / Дж. Кейнс. – М. : Прогресс, 1978. – 494 с.
- Дерев'янюк О.Г. Фінансові аспекти обґрунтування стратегічного вибору / О.Г. Дерев'янюк // Фінанси України. – 1999. – № 6. – С. 88–95.
- Егорова И.Г. Экономическая оценка и ранжирование вариантов инвестиций на горно-обогатительных комбинатах / И.Г. Егорова // Придніпровський науковий вісник. Серія «Економіка». – 1998. – № 41(108). – С. 19–30.
- Методические рекомендации по оценке эффективности инвестиционных проектов и их отбору для финансирования. – М. : Экономика, 2000. – 80 с.
- Папп В. Оптимізація розподілу інвестиційних ресурсів та вибір ефективних інвестиційних проектів / В. Папп // Регіональна економіка. – 2002. – № 2. – С. 246–255.
- Пантелеев В.П. Фінансовий облік інвестиційної діяльності : [монографія] / В.П. Пантелеев ; Харк. нац. ун-т ім. В.Н. Каразіна. – Х. : ХНУ, 2010. – 157 с.

Рубан В.В. Теоретические основы определения эффективности инвестиционной деятельности предприятий

Аннотация. В статье проанализирована теоретическая сущность эффективности инвестиционной деятельности на промышленных предприятиях. Обосновано влияние инвестиционной деятельности на повышение конкурентоспособности предприятия. Усовершенствована классификация видов эффективности инвестиционной деятельности предприятий.

Ключевые слова: предприятие, инвестиционная деятельность, эффективность, инвестиционная привлекательность, результат.

Ruban V.V. Theoretical basis of determining the efficiency of investment activity of the enterprises

Summary. The article analyzes the theoretical nature of the investment performance in the industry. Justified by the impact of investment on improving the competitiveness of enterprises. Improved classification of the investment performance of enterprises.

Keywords: enterprise, investment, efficiency, investment attractiveness, result.

Чернова Х.Г.,

к.е.н.,

старший викладач кафедри міжнародного менеджменту та маркетингу,
Тернопільський національний економічний університет

ЕФЕКТИВНЕ ВИКОРИСТАННЯ СОЦІАЛЬНИХ МЕДІАКАНАЛІВ НА HANDMADE-РИНКУ

Анотація. У статті розглянуто поняття соціальних медіа, виділено їх новітні особливості, під час використання яких можна збільшити конкурентоспроможність товару. Розроблено методичні рекомендації щодо формування і використання соціальних медіа.

Ключові слова: соціальні медіа, Інтернет-технології, соціальні мережі, handmade-бренд, ремісництво.

Постановка проблеми. В умовах швидкого розвитку інформаційного суспільства сучасним організаціям варто більше уваги приділяти інноваційним шляхам розміщення реклами про свої послуги, товари. Порівняно із традиційними видами віртуальні види реклами є ефективнішими внаслідок дешевизни, перспективи охопити більшу цільову аудиторію, контролю ефективності розповсюдження реклами. Враховуючи те, що великого розвитку набувають соціальні медіа, рекламодавцям слід більше уваги приділяти використанню Інтернет-ресурсу [1].

Handmade-товари стають все більш помітними у сфері соціальних медіа: виробники роздрібною торгівлі, галереї і ремісницькі (Handmade) організації запроваджують Facebook, Twitter та інші соціальні медіа-платформи як ключові інструменти для бізнесу і творчого розвитку.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Особливості використання соціального медіа-маркетингу в процесі господарської діяльності досліджувалися в працях Стелзнера М., Діке Ф., Лесидренської С., Шмітта Г., Супе М., Лерча Б., Вишлінського Г., Гунеліуса С., Бергоф Дж., Камбрії Е., Грассі М., Хавасі К., Кабочан К., Радіцейна Р., Ілляшенка С.М., Башинської І.О. та ін.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. У цій статті ми досліджуємо деякі з ключових стратегій та методів просування товару ремісників у соціальних медіа. Зокрема, розглянемо, як допомагають ці стратегії у вирішенні проблем на даному ринку, латентний домашній і експортний ринковий потенціал, від якого ізольовані приватні підприємці з малою інфраструктурою, яка менш розвинута, ніж в інших.

Мета статті полягає у визначенні поняття «соціальні медіа», висвітленні особливостей використання соціальних мереж для забезпечення конкурентних переваг на Handmade-ринку.

Виклад основного матеріалу дослідження. Результативним інструментом комунікацій для товарів ручної роботи є Інтернет-інструменти. Їх існує надзвичайно багато, проте одним із найбільш дієвих на даному ринку є SMO (Social Media Optimization), SMM (Social Media Marketing) – просування в соціальних мережах: у блогах, на форумах та ін. Основна ідея SMO – внести такі зміни у структуру і зміст сайту, щоб на нього більше посилалися, цитували в соціальних мережах, у блогах і на форумах [2]. Якщо SMO – це внутрішня оптимізація сайту

для різних видів соціальних мереж, то SMM – це власне просування сайту, товару, послуги і т. п. у соціальних мережах. Найскладніше тут – це SMM, просування повинно бути настільки професійним, щоб не сприймалося як спам, але все-таки давало необхідний ефект. Будь-які соціальні мережі найчастіше перешкоджають діям, спрямованим на застосування їх в якості рекламного майданчика [3]. Під час використання даного виду просування потрібно дуже серйозно подбати про контент сайту, щоб він був цікавий для відвідувачів і викликав бажання читати більше, а також проявляти більш активні дії: задавати питання, голосувати, заповнювати анкети і т. п. [4].

Згідно з дослідженнями [5], у 2016 р. соціальний медіа знаходиться на п'ятому місці серед цифрових інструментів маркетингових комунікацій (рис. 1).

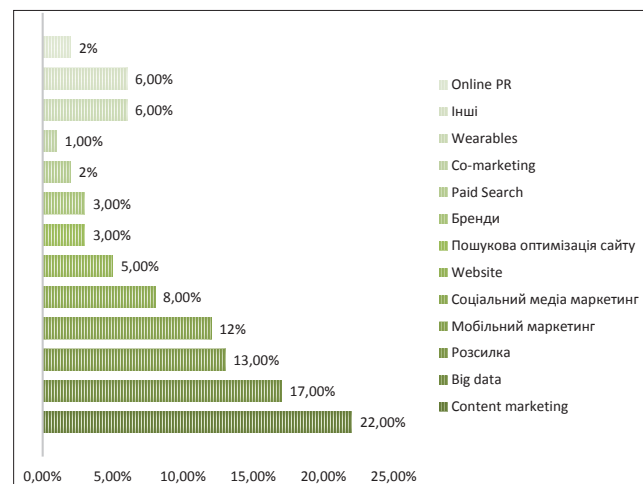


Рис. 1. Найбільш впливові цифрові інструменти маркетингових комунікацій у 2016 р. [5]

Незважаючи на те що в рейтингу соціальні медіа посідають п'яте місце, вони є надзвичайно важливими для ремісників-виробників. Ми розглянемо потенціал соціальних медіа на Handmade-ринку в п'ятих ключових питаннях (рис. 2):

1. Продаж. Соціальні медіа створюють нові можливості для Handmade-виробників за допомогою електронної комерції. Зокрема, вони відкривають експортні можливості і збільшують шанси перетворення покупців-«спостерігачів» на перших споживачів. Вони також допомагають розподілити ризик для виробників шляхом диверсифікації своєї роздрібною мережі.

2. Додана вартість. Соціальні медіа можуть використовуватись, щоб розповісти приховані історії про товар чи його виробника. Показавши творчий процес прийняття рішення, походження використовуваних матеріалів і натхненну роботу, у цьому всьому є потенціал, щоб підвищити цінність товару на ринку.



Рис. 2. Вплив соціальних медіа на маркетингову діяльність підприємства

3. Формування аудиторії. Виробники через соціальні медіа можуть представити товари новим аудиторіям з іншою культурою та інтересами, стилем життя через призму свого власного бачення. У контексті виставки можуть сформувати інтерес шляхом залучення аудиторії активних учасників або коментаторів, за допомогою використання мобільних платформ і додатків.

4. Поziціонування. Соціальні медіа можуть використовуватися для поziціонування виробників таким чином, щоб створити нові професійні і творчі можливості. У результаті вони можуть допомогти особам та організаціям розвиватися протягом довгого часу.

5. Мережа. Соціальні медіа можуть використовуватися для підключення організацій або фізичних осіб в єдину спілку для обміну інформацією, співпраці, творчих можливостей і спілкування, що необхідно для продажу товару [6].

Отже, більш детально про переваги використання соціальних медіа.

Продаж. У деякому сенсі перше покоління електронної комерції не було оцінено виробниками. Споживачам було важко оцінити товар на екрані комп'ютера. Однак синхронізація соціальних медіа з електронною комерцією нарешті розвинуло онлайн-продажі. У той час як частка доходів від онлайн-продажів залишалась малою порівняно з більш традиційними продажами, їх вагомість зростала. Близько третини виробників Великобританії та роздрібних торговців продавали онлайн, і цей відсоток зростав – хоч і повільно – в умовах зниження продажів у галереях, магазинах і ярмарках.

По суті, поєднання соціальних медіа з електронною комерцією забезпечує ефективну роботу. Якщо споживач, зацікавлений у певному товарі чи виробникові, то про нові надходження йому можна повідомляти через канали Facebook. Наприклад, на сторінці Etsy, натиснувши «Лайк», споживач побачить нові надходження, зміни, які відбулись на цьому ресурсі [7]. Також покупець може оцінити ризики, які він отримає під час придбання товару від невідомого виробника, оскільки на сторінці відображені рейтинги і коментарі до даного продукту чи виробника. Тому можна отримати уявлення про товар, його якість.

Ця тенденція «соціального продажу» має потенціал для вирішення кількох важливих завдань, що стоять перед ремісничим сектором. По-перше, багато виробників залишаються залежними від невеликого числа торгових точок, ризикуючи істотно втратити бізнес, якщо один магазин або галерея закривається. Створюючи новий курс на ринок, соціальні продажі зменшують ризик щодо їх доходів. По-друге, у той час як обмеження першого покоління електронної комерції гальмувало експортні можливості для Handmade-ринку, то соціальні медіа відкривають нові можливості з майбутнім потенціалом зростання виробництва, зокрема відсутність довіри першого покупця є ключовим бар'єром для купівлі. Пропонуючи впевненість щодо якості та надійності, соціальні медіа заохочують нових споживачів на ринок [8, с. 86–87]. Зокрема, дослідження показують, що схвалення з боку інших клієнтів у формі «Лайк» – це дуже важливо для заохочення нових покупців, щоб зробити першу покупку на Handmade-ринку.

Є багато онлайн-ресурсів, доступних для виробників і маленьких роздрібних продавців, які сподіваються дослідити їх потенціал для «соціального продажу».

Додана вартість. Соціальні медіа допомагають розповідати історію товару, щоб покупці побачили процес його створення. Це збільшує прихильність покупців і збільшує ціну товару. Ці історії можуть стосуватися навичок і матеріалів, які використовуються, щоб зробити товар, процесів, пов'язаних із походженням і традиціями їх використання. Або вони можуть включати діалог між виробником, майстром і споживачем.

Ці історії є істотними, тому що без них товар не буде важливим для потенційного покупця, йому необхідно визнати істинну цінність, як культурну, так і грошову. Соціальні медіа можуть розповісти історію про те, як об'єкт виник, його автентичний шлях і при цьому пояснити, як майстер використовує матеріали і перетворює в унікальний творчий продукт.

Майстри визначають потенціал товару і використовують соціальні медіа для демонстрації прихованої вартості в їх роботі. Ця стратегія частково зумовлена потенційним збільшенням продаж.

Майстри фотографують весь процес виготовлення товару і публікують фотографії на сторінках у Facebook і Twitter. Ці розповіді допомагають не тільки збільшити продажі, а й збільшити додану вартість, щоб бренд виробника був міцнішим.

Історії, які розмістив майстер, часто розвиваються в розмовах між Twitter-послідовниками і шанувальниками Facebook. Виробники цей вид загальної розповіді ототожнюють зі шляхом поглиблення зв'язку майстрів і споживачів. Спостереження за процесом виготовлення змушує людей відчувати себе частиною роботи, а не просто спостерігачем.

Майстри можуть публікувати не тільки процес створення товару, а й фотографії місцевості і навколишнього середовища, які надихають на створення нового товару [9].

Цей вид просування набирає великих обертів, особливо серед молодих творців. Спілкування в соціальних медіа спонукає їх до бажання поділитися і обговорити свій досвід у реальному часі.

Інше питання полягає у визначенні правильного балансу між особистим і професійним змістом повідомлень. Багато експертів соціальних медіа рекомендують застосувати тут правило 80/20, припускаючи, що 20% розміщеного контенту повинно відноситись до роботи і що інші 80% повинні інформувати або розважати аудиторію [10]. Майстри притримуються такого підходу, часто розміщуючи гумористичні оповідання

про своє повсякденне життя і побутові негаразди. Ця стратегія добре працює, особливо для молодих виробників, які вирости із соціальними медіа. Виробник може вдало розмивати межі між роботою та особистим життям, а також особистого змісту повідомленнями, це допомагає стати більш доступною роботу майстра.

Формування аудиторії. Керівники прогресивних виставок теж використовують історії для перетворення аудиторії в клієнтів.

Виставка Made in the Middle, куратор Craftspace і організатор МАС Бірмінгем, є одним із прикладів. Історію виставки представили онлайн у вигляді «твітів», які відстежували весь процес від проектування до монтажу та галереї подій. МАС розповсюдив цю історію як місце регіонального центру для театру, музики, кіно й образотворчого мистецтва. Таким чином, фахівець Craftspace зробив потужну кампанію в соціальних медіа [7].

Такий підхід має потенціал для створення значних нових аудиторій для Handmade-виставок. У послідовників виникає зацікавленість шоу, коли вони спостерігають покрокове введення в експлуатацію виставки. Аудиторія, яка бачить реакцію відвідувачів у соціальних медіа, отримує сильну мотивацію для відвідування виставок і бажає зробити свій внесок.

Проте такий вид комунікації з аудиторією псує сюрприз для споживача. Однак компроміс вартий із точки зору створення шуму навколо виставки навіть до його відкриття. Організатори, обговорюючи роботу онлайн, не тільки залучають нових відвідувачів на виставку, а й заохочують їх, щоб обговорити подію для налагодження зв'язків.

Відвідувачі виставки самі можуть зробити свій внесок через «Лайк», відмітки, фотографії та коментарі, а іноді і через завантаження додатків для мобільних телефонів, підключених до соціальних медіа. Всі користувачі сайту відіграють важливу маркетингову роль для виставок. Handmade-організації почали впроваджувати інноваційні технології соціальних засобів масової інформації, щоб заохочувати споживачів.

Це все розвиває область, яка вимагає від керівництва Handmade-організацій міцних партнерських відносин із виставковими майданчиками в розробці соціальних засобів масової інформації та контенту, які можуть підвищити вагомість виставки і просувати її для більш широкої аудиторії.

Позиціонування. Соціальні медіа відкривають безпрецедентні можливості для стратегічного мережевого потенціалу на основі процесу виявлення та єднання з впливовими організаціями та окремими особами в будь-якій області.

Для успішної комунікації необхідна відкритість виробників. Можна зберегти відкритість і водночас прийняти стратегічний підхід до створення мереж на основі міцного зв'язку і позиціонування.

Автор визначив три способи, які можуть бути особливо корисними для Handmade-організацій:

1. Репозиціонування: робота майстрів часто розвивається протягом всієї їх кар'єри, можливо, від побутових до архітектурних об'єктів або від ювелірних прикрас до образотворчого мистецтва. Соціальні медіа можуть гарантувати постійну підтримку бізнесу незалежно від того, як змінився напрям діяльності майстра.

Ремісничі організації та інші організації мистецтва розвиваються. Соціальні медіа можуть допомогти їм підкреслити незмінну актуальність ремесла в контексті продовження політичних, економічних, соціальних і культурних змін.

Майстри використовують соціальні медіа, щоб ремесло зайняло вагоме місце в рамках політичних програм. Зокрема, вони використовують Twitter як швидкий спосіб вивчення і реагування на зміни. Крім того, Twitter є корисним у визначенні та побудові відносин із журналістами в різних областях – освіті, економіці, а також мистецтві.

2. Портфоліо: соціальні медіа роблять бізнес більш гнучким, що може бути важливою маркетинговою перевагою для розробників, які часто створюють різні види товару для різних ринків або розділяють свій час між створенням і консультуванням або навчанням.

Багато виробників по-різному описують їх роботи для різних людей: в одній розмові вони – дизайнери-творці, в іншій – консультанти по матеріалах. Соціальні медіа дають змогу виробникам використовувати цей підхід, створюючи кілька торговельних марок для своєї роботи, і позиціонувати кожного окремо в різних областях.

Одна стратегія полягає в тому, щоб створити окремі блоги для кожного окремого напрямку роботи або проекту, використовуючи безкоштовне програмне забезпечення, таке як WordPress. Багато майстрів фактично побудували власний веб-портал, з'єднуючи головну сторінку сайту на WordPress-блозі з акаунтом у Twitter і на сайті зображень Flickr, а також із Facebook-сторінками. Інша стратегія полягає в тому, щоб використовувати Twitter-хештеги і списки, які дають змогу точно направити онлайн-контент. Списки Twitter поділені по конкретним темам, які допомагають в обговоренні проблем певним співтовариством [11, с. 54].

3. Перехресне просування: покупці Handmade, як правило, беруть участь у різних культурних заходах, тому майстри поєднують бізнес з іншими культурними їх інтересами. Так, використовують соціальні медіа, щоб залучити аудиторію концертів та літературних фестивалів. Це може бути хорошою стратегією для залучення нових покупців.

Деякі прогресивні виставкові майданчики та організації вже використовують потенціал соціальних медіа для цього виду просування. Виробники також використовують соціальні медіа, щоб побудувати партнерське перехресне просування. Наприклад, у співпраці з музеями роблять конкурс робіт і подію послідовно постять у Twitter. Це дає змогу обом організаціям отримати нових послідовників.

Враховуючи діяльність майстра, перехресна реклама може бути ефективною за співпраці з спеціалізованими заходами. Наприклад, виробники фермерської якісної їжі місцевого виробництва мають багато заходів, де можуть перехресно просувати товар, у той час як старовинна мода і різні конструкції можуть просуватись тільки за допомогою спеціалізованих заходів.

Побудова мереж. Майже 90% виробників є індивідуальними підприємцями, і багато з них співпрацюють в мережі з колегами.

Обмін інформацією має вирішальне значення для Handmade-організацій. Сплеск інтересу, коли Handmade-організації надають інформацію для розробників (анонси конференцій і виставок), показує важливість онлайн для ремісничих організацій.

Спільне використання знань, отриманих із перших рук, наприклад на національних подіях та виставках, обмін інформацією з виробниками і показ робіт є важливим у просуванні сектора.

Управління соціальним медіа, звичайно, вимагає чіткої стратегії для фільтрації величезного обсягу контенту, доступ-

ного в Інтернеті. Контент може бути націлений на конкретну аудиторію.

Окремі облікові записи в соціальних медіа для важливих проєктів також допомагають під час фокусування інформації. Крім обміну інформацією, цифрові мережі через соціальні медіа можуть створити можливості для творчої співпраці між розробниками.

Наприклад, можна використовувати Twitter і Facebook, щоб знайти інших дизайнерів і виробників, що працюють над такою самою темою, як і майстер.

Висновки. Соціальні медіа важливі для бізнесу, це творчий інструментарій майже для всіх виробників і ремісничих організацій.

За підключення механізмів онлайн-продажів соціальні медіа можуть допомогти Handmade-підприємствам здійснити ринкові зміни за рахунок диверсифікації роздрібною бази, розширення міжнародних ринків і використання коментарів клієнтів, щоб залучити нових покупців.

Історія в соціальних медіа може підвищити кількість покупок і продемонструвати свої приховані якості та об'єднати людей навколо товару. Водночас вони можуть творчо стирати межі між виробником, споживачем і коментатором, між вчителем і учнем, між реальним життям і віртуальним досвідом. Соціальні медіа пропонують виробникам і Handmade-організаціям нові привабливі можливості на виставках ручної роботи.

Соціальні медіа також дають змогу виробникам контролювати те, як їх робота сприймається. Позиціонування виробника може бути в різних сферах діяльності. Це явна перевага в секторі, де кордон (між мистецтвом, ремеслом та дизайном) є непомітним і кар'єра майстрів часто зміщується і розвивається з плином часу.

Нарешті, соціальні медіа дають змогу виробникам побудувати співтовариство прихильників, однодумців, які підтримують їх роботу і допомагають подолати деякі труднощі, пов'язані з персональною роботою, шляхом обміну знаннями та інформацією.

Існує багато проблем для виробників і ремісничих організацій, взаємодія з соціальними медіа допомагає підтримувати відповідний рівень сервісу для людей. Тим не менш, соціальні медіа грають вирішальну роль у подальшій еволюції Handmade-продукції через цифрову епоху.

Література:

1. Язвінська Н. Маркетингова веб-стратегія підприємства – данина моді чи вимога сучасності? / Н. Язвінська, Я. Касперович // Маркетинг в Україні. – 2011. – № 2. – С. 51–54.
2. Просування сайту [Електронний ресурс] – Режим доступу : <http://igroup.com.ua/seo-articles/prosuvannya-sajtu/>.

3. Матвій І.С. Особливості реклами в соціальній мережі «ВКонтакте» (Vkontakte.ru) / І.С. Матвій, І.Я. Кулиняк // Вісник НУ «Львівська політехніка». Маркетинг та логістика. – 2010. – № 690. – С. 375–380.
4. Інструменти Інтернет-маркетингу [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.awalax.ru/articles/6-internet-marketing/84-instruments.html>.
5. Marketing Trends for 2016 – Will we be in a post-digital era? / Dave Chaffey [Electronic resource]. – Access mode : <http://www.smartinsights.com/managing-digital-marketing/marketing-innovation/marketing-trends-2016/>.
6. Yair K. Social media gets crafty – report digest / Yair K. [Electronic resource]. – Access mode : <http://www.theguardian.com/culture-professionals-network/culture-professionals-blog/2013/jan/03/social-media-craft-council-report>.
7. David M. Social Media Tips From an Etsy Expert / David M. [Electronic resource]. – Access mode : <https://blog.etsy.com/en/social-media-tips-from-an-etsy-expert/>.
8. Mansfield H. A How-To Guide for Nonprofits: Social Media for Social Good. / Mansfield H. – United States: McGraw-Hill, 2012. – 266 p.
9. Chappell E. Noted: The Original Instagram / Chappell E. [Electronic resource]. – Access mode : <https://blog.etsy.com/en/noted-the-original-instagram/>.
10. Website Online business school [Electronic resource] – Access mode : <http://www.thedesigntrust.co.uk/>.
11. Taylor G. The Ultimate Guide To Marketing Your Business With Pinterest! / Taylor G. – CreateSpace Independent Publishing Platform, USA, 2012 – 140 p.

Чернова Х.Г. Эффективное использование социальных медиа каналов на handmade-рынке

Аннотация. В статье рассмотрено понятие социальных медиа, выделены их новейшие особенности, при использовании которых можно увеличить конкурентоспособность товара. Разработаны методические рекомендации относительно формирования и использования социальных медиа.

Ключевые слова: социальные медиа, Интернет-технологии, социальные сети, handmade-бренд, ремесленничество.

Chernova Kh. Effective use of social media channels at the handmade market

Summary. The article considers concept of social media, also highlighted their newest features, the use of which can increase the competitiveness of goods. Developed methodical recommendations on the formation and use of social media.

Keywords: social media, Internet technology, social networking, brand handmade, handicraft.

Черняк Г.М.,
асистент кафедри менеджменту,
Національний технічний університет України
«Київський політехнічний інститут»

ОБГРУНТУВАННЯ ТА ВИБІР СТРАТЕГІЇ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ ЕНЕРГЕТИЧНИХ ПІДПРИЄМСТВ

Анотація. У статті запропоновано виділяти стратегії забезпечення економічної безпеки підприємств енергетичної галузі залежно від рівня економічної безпеки. Обґрунтовано вибір стратегії забезпечення економічної безпеки енергетичних підприємств шляхом побудови ієрархії вибору стратегії забезпечення економічної безпеки, що надає можливість врахувати багатоваріантність впливу зовнішнього середовища та наявний рівень економічної безпеки підприємства. Виокремлено переваги методу аналізу ієрархій як комплексного методу моделювання багатокритеріальних задач прийняття рішень. Проведено групування факторів впливу на забезпечення економічної безпеки підприємства енергетичної галузі.

Ключові слова: економічна безпека, стратегія, обґрунтування, вибір, ієрархія.

Постановка проблеми. Ураховуючи невизначеність умов зовнішнього середовища, енергетичні підприємства стикаються у своїй діяльності з загрозами економічного, воєнно-політичного, соціального характеру. Забезпечення економічної безпеки підприємства на довгостроковому горизонті передбачає своєчасний вибір стратегії забезпечення економічної безпеки підприємства та прогнозування його розвитку з урахуванням вибраної стратегії. Важливим елементом стратегічного планування забезпечення економічної безпеки енергетичного підприємства є формування низки альтернативних стратегій. Обґрунтування і вибір адекватної потребам часу альтернативи сприятиме ефективній реалізації стратегії забезпечення економічної безпеки та досягнення прогнозованих показників.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблеми забезпечення економічної безпеки підприємств досліджувалися багатьма вченими як в Україні, так і за кордоном, що підтверджує актуальність даної сфери дослідження. Вагомий внесок у розвиток теоретичних засад економічної безпеки підприємства зробили С.М. Ілляшенко, Г.В. Козаченко, В.П. Пономарьова, О.М. Ляшенко, С.В. Кавун, С.М. Шкарлет, Л.О. Корчевська, В.І. Яшук та ін.

Виділення не вирішених раніше частин загальної проблеми. Разом із тим в науковій літературі неповною мірою розглянуті питання стратегування забезпечення економічної безпеки енергетичних підприємств та обґрунтування і вибору стратегії забезпечення економічної безпеки, що зумовлює актуальність дослідження у даній сфері.

Мета статті полягає в аналізі взаємозв'язку факторів, що впливають на вибір стратегії забезпечення економічної безпеки підприємства як складної соціально-економічної системи та моделюванні вибору даної стратегії з урахуванням впливу нестабільного середовища.

Виклад основного матеріалу дослідження. Аналіз різних підходів до вибору стратегії забезпечення економічної безпеки підприємства надав змогу зробити висновок про доцільність

застосування методології системного аналізу, яка носить універсальний характер для дослідження складних економічних процесів та явищ, а також здійснити оцінювання стану та ідентифікувати параметри систем, з економіко-математичне моделювання та прогнозування.

У зв'язку з цим виправданим для моделювання вибору стратегії забезпечення економічної безпеки є застосування методу аналізу ієрархій (далі МАІ, англ. – *Analytic Hierarchy Process*) [1; 2], що був запропонований Т. Сааті в 70-х роках ХХ в. для моделювання багатокритеріальних задач прийняття рішень. МАІ орієнтований передусім на побудову моделей вибору в кінцевій множині заздалегідь відомих альтернатив.

Суть даного методу полягає в тому, що завдання прийняття рішення структурується шляхом побудови багаторівневої ієрархії, яка включає компоненти (фокус ієрархії, критерії вибору, альтернативи), що порівнюються між собою з метою отримання оцінок інтенсивності взаємного впливу, на базі яких оцінюється перевага альтернатив відносно головної цілі.

Перевагами МАІ як комплексного методу моделювання багатокритеріальних завдань прийняття рішень є:

- 1) побудова ієрархії базується на принципах системного підходу та допомагає уникнути прогалин у моделі;
- 2) структурування завдань прийняття рішень та формалізація зв'язків між її компонентами;
- 3) метод надає можливість здійснити процедури оцінки та порівняння альтернатив за допомогою не вимірюваних (якісних) суб'єктивних критеріїв;
- 4) стійкість МАІ до незначних порушень узгодженості (транзитивності) суджень експертів.

Складність застосування МАІ полягає у значній кількості взаємодій між компонентами ієрархії, що мають різний ступінь важливості.

Вибір стратегії забезпечення економічної безпеки енергетичних підприємств проводиться у два етапи:

Етап 1. Формування багаторівневої ієрархії вибору стратегії забезпечення економічної безпеки енергетичних підприємств.

Етап 2. Реалізація багаторівневої ієрархії вибору стратегії забезпечення економічної безпеки енергетичних підприємств.

Побудова моделі вибору стратегії забезпечення економічної безпеки енергетичних підприємств включає такі етапи:

- 1) аналіз завдання вибору стратегії та побудова ієрархії, що базується на принципі ідентичності та декомпозиції;
- 2) розрахунок локальних пріоритетів та перевірка узгодженості суджень експертів;
- 3) синтез пріоритетів стратегічних альтернатив відносно до головної цілі (фокусу ієрархії) та оцінювання загальної узгодженості (транзитивності) ієрархії.

Побудова ієрархії. Завданням ієрархії є вибір стратегії забезпечення економічної безпеки для підприємства енергетичної галузі. Фокусом ієрархії є стратегія (рівень L_0).

Під час прийняття рішення враховуються фактори зовнішнього та внутрішнього середовища, які мають найбільший вплив на економічну безпеку енергетичних підприємств, які пропонується визначати за елементами SWOT-аналізу. Дані фактори становлять рівень ієрархії L_1 .

SWOT-аналіз надає можливість виявити поточний стан забезпечення економічної безпеки підприємств енергетичної галузі з позицій впливу внутрішніх сильних та слабких сторін, а також зовнішніх загроз і можливостей. SWOT-аналіз є важливою складовою частиною стратегічного планування і застосовується великими компаніями та холдингами для побудови можливих сценаріїв їх подальшого розвитку. Процедура аналізу визначає наявність у досліджуваного об'єкта стратегічних перспектив та можливостей їх реалізації [3].

Об'єктом аналізу виступають окремі підприємства енергетичної галузі. Необхідно зазначити, що правильне використання інструментарію SWOT-аналізу залежить від виокрем-

лення етапів його проведення. На першому етапі дослідження необхідно виокремити внутрішні та зовнішні фактори. **Внутрішні фактори (IF – internal factors)** – фактори забезпечення економічної безпеки енергетичних підприємств, на які можна вплинути за допомогою тих чи інших інструментів впливу. При цьому сильні сторони (**S-strengths**) – такі, що сприяють комплексному розвитку енергетичних підприємств, покращують їх конкурентні позиції. Слабкі сторони (**W-weaknesses**) – такі, що призводять до погіршення загального стану економічної безпеки підприємств енергетичної галузі. **Зовнішні фактори (EF – external factors)** – це ті, на які підприємство не має можливості впливати безпосередньо, тому повинно ефективно їх використовувати або запобігати ним завчасно. Позитивні фактори зовнішнього середовища, можливості (**O-opportunities**) – це ті, які сприяють забезпеченню економічної безпеки. Негативні фактори зовнішнього середовища, загрози (**T-threats**), – ті, що створюють загрози для забезпечення економічної безпеки

Таблиця 1

Групування факторів впливу на забезпечення економічної безпеки підприємства енергетичної галузі за елементами SWOT-аналізу

Елемент	Позначення	Фактор	
IF	S	S1	наявність повного циклу виробництва електроенергії
		S2	високий рівень надійності роботи обладнання енергетичних
		S3	висококваліфікований персонал
		S4	відносна забезпеченість власними ресурсами
		S5	стабільність попиту на електроенергію
		S6	монополізованість енергетичного сектору
		S7	покриття пікових навантажень, участь у маневровості
	W	W1	достатньо висока зношеність основних засобів енергетичних підприємств
		W2	значна залежність від імпорту сировини та енергоресурсів
		W3	втрати електроенергії при виробництві та транспортуванні
		W4	залежність собівартості виробництва електроенергії від курсових коливань на валютному ринку
		W5	слабкий вплив на регулятора оптового ринку електроенергії в сфері ціноутворення
		W6	виробничо-технологічна дезінтегрованість суб'єктів ПЕК
		W7	залежність від інвестиційно-кредитної політики держави
EF	O	O1	використання новітніх та альтернативних джерел енергогенерації
		O2	можливості реалізації експортного потенціалу енергогенерації
		O3	диверсифікація постачальників ресурсів для енергогенерації
		O4	трансформація моделі оптового ринку електроенергії в ринок двосторонніх договорів та балансуєного ринку
		O5	інтеграція вітчизняної та європейської енергетичних систем
		O6	впровадження інноваційних технологій в виробничий цикл енергогенеруючих підприємств
		O7	залучення інвестицій (державних, іноземних, портфельних) в енергетичний сектор
	T	T1	воєнно-політична та соціально-економічна нестабільність
		T2	зростання споживання електроенергії в країні за недостатністю потужності для її покриття
		T3	перебої у постачанні сировини та необхідність виконання умов постачальників-монополістів
		T4	прискорення фізичної та моральної зношеності основних засобів енергетичних підприємств
		T5	необхідність виконання умов безпеки для інтеграції у європейський простір (екологічні умови)
		T6	зростання собівартості виробництва електроенергії
		T7	неможливість використання повної потужності теплової енергогенерації

Джерело: розроблено автором на основі обробки анкет експертів

енергетичних підприємств. На основі оцінок експертів із застосуванням дисперсійного аналізу формується перелік найбільш впливових факторів із кожної групи, за якими ступінь збігу думок експертів є високою.

Групування факторів впливу на забезпечення економічної безпеки підприємства енергетичної галузі наведено в табл. 1.

Експертам пропонується оцінити взаємний вплив факторів від 1 до 10 балів (10 – дуже суттєвий вплив).

Аналіз масиву даних за кожним фактором надає змогу розподілити вплив факторів на економічну безпеку енергетичних підприємств (рис. 1).

На основі SWOT-аналізу та експертного опитування здійснюються дослідження забезпечення економічної безпеки енер-

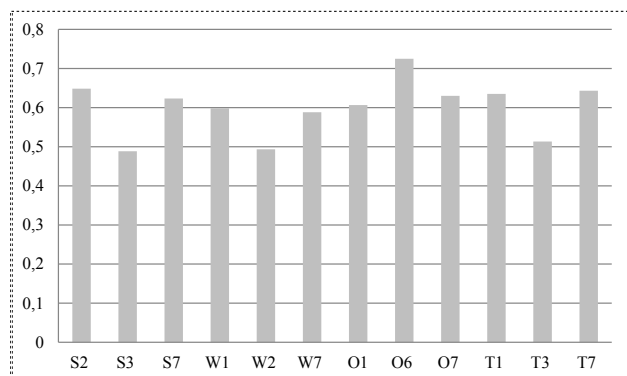


Рис. 1. Розподіл факторів впливу на економічну безпеку енергетичних підприємств за елементами SWOT-аналізу

Джерело: розроблено автором на основі обробки даних експертизи

гетичних підприємств. У результаті виявляються основні фактори впливу на енергетичні підприємства: найвпливовіші та найуразливіші.

На вибір стратегії забезпечення економічної безпеки підприємств енергетичної галузі впливає наявний рівень економічної безпеки підприємств (рівень ієрархії L_2). Пропонуються такі рівні економічної безпеки енергетичних підприємств та відповідні їм стратегії забезпечення економічної безпеки (табл. 2).

Таким чином, на рівнях ієрархії L_1 та L_2 представлені критерії вибору стратегії забезпечення економічної безпеки.

Існує кінцева множина заздалегідь відомих стратегій (альтернатив) – рівень ієрархії L_3 :

- **Стратегія зростання** – передбачає збереження досягнутого рівня економічної безпеки, контроль над результатами діяльності та попередження виникнення можливих загроз економічним інтересам енергетичного підприємства.

- **Вибірково-посилювальна стратегія** – спрямована на проведення заходів посилення одного з показників компонент економічної безпеки енергетичного підприємства.

- **Пристосувальна стратегія** – направлена на проведення заходів пристосування компонент економічної безпеки енергетичних підприємств до змін зовнішнього середовища.

- **Трансформаційна стратегія** – передбачає проведення змін, які стосуються виду діяльності, трансформації ринку, а також проведення необхідних змін компонент економічної безпеки енергетичних підприємств.

- **Комплексно-убезпечувальна стратегія** – спрямована на проведення заходів, направлених на досягнення рівня економічної безпеки, бажаного для підприємства.

Таблиця 2

Стратегії забезпечення економічної безпеки енергетичних підприємств залежно від рівня економічної безпеки

Рівень економічної безпеки	Характеристика рівня економічної безпеки	Стратегія забезпечення економічної безпеки	Характеристика стратегії
<i>I. Економічна безпека</i> 0,95 $P > 1$	Найвищому рівню безпеки відповідає такий стан функціонування підприємства, за якого проводиться ефективна фінансово-господарська діяльність із невисокою ймовірністю настання зовнішніх та внутрішніх загроз	Стратегія зростання	Передбачає збереження достатнього рівня економічної безпеки, контроль над результатами діяльності та попередження виникнення можливих загроз економічним інтересам машинобудівного підприємства
<i>II. Нормальний</i> 0,75 $P < 0,95$	За нормального рівня економічної безпеки підприємство здатне вести прибуткову діяльність. Одна з компонент економічної безпеки перебуває на недостатньому рівні	Вибірково-посилювальна стратегія	Передбачає проведення заходів посилення однієї з компонент економічної безпеки підприємства, значення якого є недостатнім
<i>III. Передкризовий</i> 0,5 $P < 0,75$	Передкризовим є такий рівень економічної безпеки, за якого фінансово-господарська діяльність суб'єкта господарювання неспроможна забезпечити належні обсяги доходу та є збитковою	Пристосувальна стратегія	Передбачає проведення заходів пристосування виду діяльності до змін зовнішнього середовища, та навпаки, а також пристосування складових економічної безпеки
<i>IV. Кризовий</i> 0,25 $P < 0,5$	Рівень економічної безпеки є недостатнім одразу за декількома компонентами економічної безпеки	Трансформаційна стратегія	Передбачає проведення змін, які стосуються виду діяльності та зовнішнього ринку
<i>V. Небезпечний</i> 0 $P < 0,25$	Небезпечному рівню безпеки відповідає стан, за якого найвищою є ймовірність банкрутства та ліквідації підприємства	Комплексно-убезпечувальна стратегія	Передбачає проведення заходів посилення всіх компонент економічної безпеки підприємства, значення яких є недостатнім

Далі відбувається побудова ієрархії вибору стратегії забезпечення економічної безпеки (рис. 2).

Розрахунок локальних пріоритетів і оцінка узгодженості суджень. Моделлю оцінки інтенсивності взаємодії елементів ієрархії є вагова функція, яка задає пріоритети локальних елементів по відношенню до головного елемента ієрархії. Для розрахунку пріоритетів існує низка методів, серед яких основним є метод парних порівнянь.

Кожному елементу ієрархії за винятком елементів нижнього рівня ставиться у відповідність вагова функція:

$$w_h: h \rightarrow [0, 1], h \in H / L_N$$

Значення $w_h(x)$, де $x \in h^-$ є пріоритетом, або вагою елемента x відносно h . Отже, кожен елемент ієрархії пов'язаний з іншими елементами ієрархії набором пріоритетів.

Хай h^- – ціль, а h^+ – множина критеріїв її досягнення, для $x \in h^-$ значення $w_h(x)$ інтерпретується як ступінь відносної важливості критерію. На вагову функцію накладається нормуюча умова:

$$\sum_{x \in h^-} w_h(x) = 1$$

Метод парних порівнянь передбачає, що елементи ієрархії (x_n) попарно порівнюються по відношенню до головної цілі

Таблица 3

Значення оцінок d_{ij} для ієрархії вибору стратегії забезпечення економічної безпеки

Ступінь переваги d_{ij}	Інтерпретація
1	Однакова вага елементів
3	Слабка перевага одного елемента над іншим
5	Сильна перевага одного елемента над іншим
7	Дуже сильна перевага одного елемента над іншим
9	Абсолютна перевага
2, 4, 6, 8	Проміжні рівні
$1/2, 1/3, 1/9$	Зворотні величини

ієрархії (h). У результаті формується матриця парних порівнянь $D = [d_{ij}]$, де d_{ij} – оцінка ступеня переваги елемента x_i над елементом x_j відносно h .

Значення оцінок d_{ij} для ієрархії вибору стратегії забезпечення економічної безпеки визначається у діалозі з експертами в енергетичній галузі, яким послідовно надаються пари $\{x_i, x_j\}$ з метою визначення, який елемент має перевагу над іншим відносно h .

Отримані результати порівняння знаходять вираження у фундаментальній шкалі (значення d_{ij}) (див. табл. 3).

Синтез пріоритетів стратегій відносно головної цілі та оцінка загальної узгодженості ієрархії. На даному етапі відбувається розрахунок пріоритетів альтернатив (стратегій) відносно елементів вищих рівнів ієрархії аж до її фокуса. Отримані значення представляють собою інтегральні оцінки переваги альтернатив і є вирішенням поставленої задачі.

Доцільно провести оцінювання загальної узгодженості ієрархії вибору стратегії забезпечення економічної безпеки енергетичних підприємств. Із цією метою використовується глобальний індекс узгодженості, який є сумою всіх наявних індексів узгодженості.

$$C = CI^0 + \sum_{k=1}^{N-1} W^{o,k} CI^k$$

Середнє значення глобального індексу узгодженості ієрархії розраховується за формулою:

$$CS = CIS^0 + \sum_{k=1}^{N-1} W^{o,k} CIS^k$$

Узгодженість усієї ієрархії (R) визначається за формулою:

$$R = \frac{C}{CS}$$

Ієрархія вважається узгодженою, якщо $R \leq 0,1$. За перевищення даного значення доцільним є перегляд матриці парних порівнянь для підвищення локальної узгодженості суджень.

Висновки. Таким чином, застосування МАІ надає можливість врахувати багатоваріантність впливу зовнішнього середовища під час вибору стратегії забезпечення економічної безпеки енергетичних підприємств, а також наявний рівень економічної безпеки підприємства. За результатами статті висвітлено процес обґрунтування та вибору стратегії забезпечення економічної безпеки енергетичних підприємств.

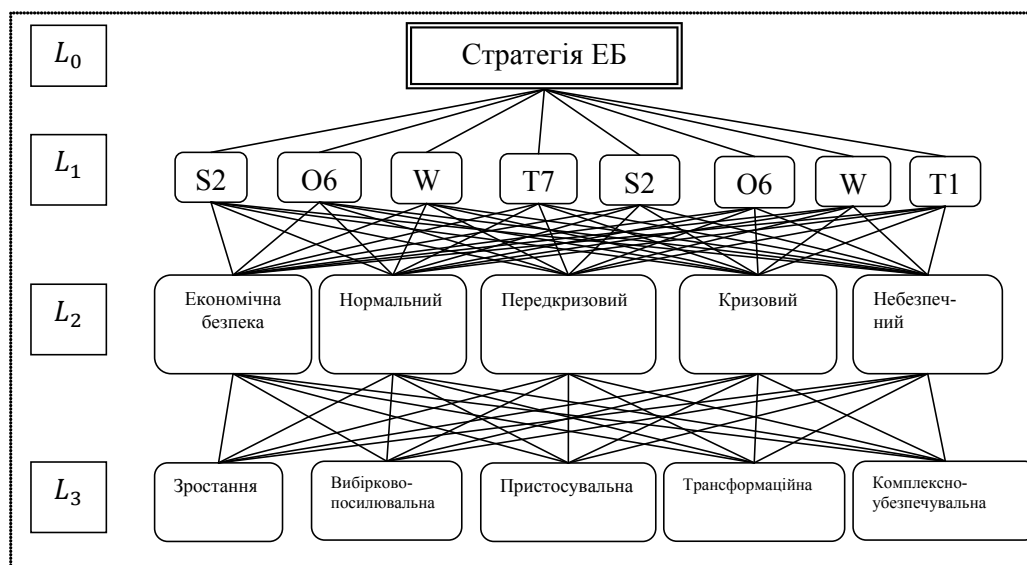


Рис. 2. Ієрархічне представлення задачі вибору стратегії забезпечення економічної безпеки енергетичних підприємств

Література:

1. Саати Т. Принятие решений. Метод анализа иерархий / Т. Саати. ; пер. с англ. Р.Г. Вачнадзе. – М. : Радио и связь, 1993. – 278 с.
2. Saaty R.W. The analytic hierarchy process: what it is and how it is used?//Mathematical. Modeling. – 1987. – Vol. 9. – № 3–5.
3. Воронина В.М., Кокарев Д.В. SWOT-анализ как современный инструмент исследования в целях антикризисного управления предприятием / В.М. Воронина, Д.В. Кокарев [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.majournal.ru/articles/693>.

Черняк А.М. Обоснование и выбор стратегии обеспечения экономической безопасности энергетических предприятий

Аннотация. В статье предложено выделять стратегии обеспечения экономической безопасности предприятий энергетической отрасли в зависимости от уровня экономической безопасности. Обоснован выбор стратегии обеспечения экономической безопасности энергетических предприятий путем построения иерархии выбора стратегии обеспечения экономической безопасности, что дает возможность учесть многовариантность влияния внешней среды и имеющийся уровень экономической безопасности предприятия. Выделены преимущества метода анализа иерархий как комплексно-

го метода моделирования многокритериальных задач принятия решений. Проведена группировка факторов влияния на обеспечение экономической безопасности предприятия энергетической отрасли.

Ключевые слова: экономическая безопасность, стратегия, обоснование, выбор, иерархия.

Chernyak G.M. Substantiation and selection of strategy ensuring economic security of energy enterprises

Summary. In the article authors suggest that strategies to ensure the economic security of enterprises energy sector, depending on the level of economic security. Selection of strategies to ensure the economic security of energy enterprises by constructing a hierarchy of selection of economic security strategy makes it possible to take into account the multi-variant influence of the environment and the existing level of economic security. Highlight the advantages of the analytic hierarchy process as the integrated modeling method of multi-criteria decision-making problems. Spend a grouping of factors impact on the economic security of the enterprise energy industry.

Keywords: economic security, strategy, study, choice, hierarchy.

Шишко В.И.,

к.э.н.,

доцент кафедры международного бизнеса и маркетинга,
Гродненский государственный университет
имени Янки Купалы

Костюшко Е.Т.,

маркетолог,

Гродненский государственный университет
имени Янки Купалы

НАЗВАНИЕ И СЛОГАН КАК ОСНОВНЫЕ АТТРИБУТЫ БРЕНДА (НА ПРИМЕРЕ РЫНКА ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ Г. ГРОДНО)

Аннотация. В статье проведен анализ рынка общественного питания г. Гродно, в котором выявлено маркетинговое использование основных атрибутов бренда (название и слоган). Предложен комплекс рекомендаций (требований) по разработке названия и слогана, позволяющих экономить временной ресурс, повысить рекламную эффективность от их использования на конкурентном рынке, тем самым повышая прибыльность бизнеса.

Ключевые слова: бренд, атрибуты бренда, название бренда, слоган, маркетинг, инструменты маркетинга, реклама, продвижение.

Постановка проблемы. Существование на современном рынке огромного количества товаров и услуг привело к тому, что выбор потребителя зависит не только от характеристик продукта и цен, но и от сложившегося в сознании потенциальных клиентов образа компаний. В этой связи данная статья решает актуальную практическую задачу неценовой конкуренции, позволяющую повышать экономическую эффективность заведений общественного питания конкретного конкурентного рынка.

Анализ последних исследований и публикаций. Проблемам изучения брендинга посвящены работы многих зарубежных и отечественных ученых и практиков. Особый вклад в развитие теоретико-методических и практических вопросов брендинга внесли такие зарубежные авторы, как Д.А. Аакер, Ф. Котлер, С. Дэвис и др. Среди теоретиков и практиков маркетинга стран СНГ вопросам, связанным с брендингом, посвящены работы В.Н. Домнина, С.В. Воронина, В. Перция, Л. Мамлеевой и др.

Выделение нерешенных ранее частей общей проблемы. Существенной нерешенной проблемой остается отсутствие конкретных систематизированных практических рекомендаций по разработке названия и слогана бренда организаций общественного питания, которые отвечали бы современным конкурентным условиям, а также учитывали специфические особенности анализируемой отрасли услуг на конкретном рынке.

Цель статьи заключается в разработке (уточнении, систематизации и адаптации под конкретные конкурентные условия) комплекса рекомендаций к формированию атрибутов бренда (название и слогана) посредством проведения маркетингового исследования предприятий общественного питания г. Гродно.

Изложение основного материала исследования. Известно, что формирование имиджа и идентичности той или иной компании в глазах потребителя начинается со знаком-

ства с фирменным стилем организации либо его элементами, которые являются атрибутами бренда. **Атрибуты бренда** – это «функциональные или эмоциональные ассоциации, которые соотносятся с брендом его существующими и потенциальными потребителями» [1], «набор сенсорных характеристик, имеющих отношение к товару или услуге» [2]. К атрибутам бренда относят имя бренда, упаковку, слоган, логотип, персонажей бренда и другие элементы.

Нами определено, что атрибуты бренда должны гармонизировать друг с другом, вписываться в общую систему его уникальности, учитывать потребительские предпочтения и ожидания. Их цель – донести до потребителя причины, по которым он должен приобрести конкретный товар, выбрать ту или иную компанию.

Следует согласиться с мнением В.Н. Домнина о том, что одним из наиболее активных коммуникаторов среди атрибутов бренда является его имя [3]. **Имя бренда** – это «название (имя), используемое для отличия одного продукта от других, конкурентных» [1]. Оно призвано не только идентифицировать продукт или услугу, но и выделить его среди конкурентов, подчеркнуть его преимущества, новизну, целевую аудиторию, выражать уникальное торговое предложение.

Анализ показал, что название – это первое, что узнает о компании покупатель и на основе чего формирует свое впечатление о товаре (услуге) или его производителе. Название окружает объект рекламы нужной атмосферой, создает образ для потребителя, выстраивает правильные ассоциации и, как следствие, влияет на принятие решения о покупке. Соответственно, имя бренда должно привлекать и заинтересовывать, а значит, оно должно быть продуманным и соответствовать ряду требований.

В последнее время динамично развивается отрасль гостеприимства и питания – HoReCa (ХоРеКа) [4]. К данному сегменту можно отнести рестораны, гостиницы, кафе, закусочные, ночные клубы и др. Высокий уровень конкуренции в сегменте HoReCa особенно ярко проявляется в так называемой сфере общественного питания, что вынуждает участников данного рынка использовать различные инструменты маркетинга для повышения продаж и воздействия на целевую аудиторию.

В этой связи нами было проведено исследование около 100 названий заведений общественного питания г. Гродно, размещенных в каталоге бизнес-портала grodno.in. Выбор сайта обусловлен его спецификой – сайт предназначен для размещения рекламной и справочной информации, в то время как другие городские порталы (015.by, sl3.ru, grodno24.com и др.) направлены на размещение в первую очередь новостей о жизни г. Гродно. Также выбор портала grodno.in обусловлен его

популярністю – около 10 000 посетителей в сутки (такое же число посетителей только у блога s13.ru). При этом население г. Гродно составляет 362 895 человек. Для сравнения – в среднем в сутки на сайте 015.by 1 789 посетителей, а на информационном портале grodno24.com – 1 393.

Результатом проведенного анализа стал уточненный нами и адаптированный к современным условиям и существующим отраслевыми особенностям комплекс рекомендаций (требований), позволяющий экономить время на разработку имени, а также повысить рекламную эффективность от его использования на конкурентном рынке.

Установлено, что название должно быть **уникальным**, что позволяет фирме «выглядеть оригинально на фоне аналогичных компаний, что позволит добиться большей узнаваемости при меньших затратах исключительно за счет нестандартного подхода» [5]. Неповторимость имени, его существенное отличие от других названий в той же категории указывает на уникальность товара. Так, например, название кафе-магазина «Чайкоффский» является неологизмом. В данном названии обыгрывается фамилия известного композитора П.И. Чайковского и одновременно закладываются лексемы «чай» и «кофе». Название выбрано удачно, поскольку, с одной стороны, фамилия известной личности способствует запоминанию, а, с другой стороны, лексемы «чай» и «кофе» отображают деятельность организации.

В то же время не соответствует критерию уникальности название кафе «Жемчужина», так как существуют одноименные ювелирный салон (г. Гродно) и санаторий (Гродненский район). Также из-за использования в названии слова «карчма» могут терять идентичность и не быть узнаваемыми кафе-бар «Карчма» и кафе-бар «Карчма у причала».

Важно отметить, что с критерием уникальности тесно связано **правовое** требование к названию заведения, которое не должно вызывать юридических конфликтов – товарные знаки с таким названием не должны быть зарегистрированы в данном классе, а также имя не должно относиться к категории названий, не подлежащих регистрации в качестве словесного товарного знака. Соблюдение указанного требования позволит упростить процедуру регистрации названия и гарантировать его охраноспособность.

Краткость и значимость также являются основными требованиями названия, которые подразумевают минимальное количество слов в названии, а также слогов в слове. Это способствует запоминанию названия, его легкому восприятию и произношению. Анализ показал, что 74,2% названий заведений общественного питания анализируемого рынка состоят из одного слова: кафе «Заря», ресторан «Семашко», ресто-

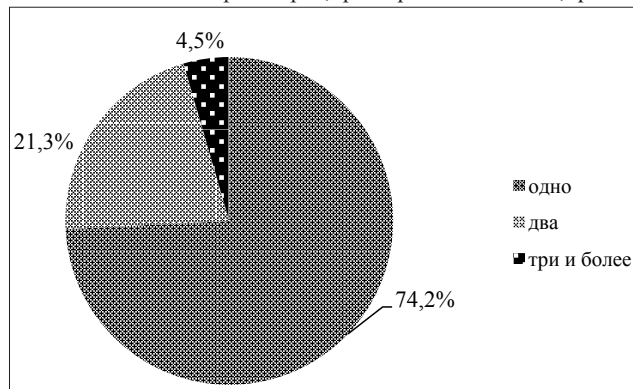


Рис. 1. Количество слов в названиях заведений общественного питания г. Гродно

ран-бистро «Семафор» и др. (рис. 1). Так, к примеру, из двух полноточных слов состоят 21,3% названий (пиццерия «Пицца смайл» и «Basta Pasta!», кафе «Салодкі пачастунак» и др.). Из трех и более слов состоят лишь четыре названия (4,5%): ночной клуб «Молодежный Центр «Гродно», кафе «1001 ночь», «Раскоша 1795» и «H2O».

Значимым является название, несущее «хоть какой-то сигнал покупателю» [1], «говорящее» имя. Такое название акцентирует внимание на «бренде и на его идейных составляющих, а также на характеристиках продукта или услуги» [5], что делает коммуникацию с аудиторией максимально эффективной. Это требование тесно связано со следующим критерием – имя должно быть **связанным с реальностью**.

Как справедливо отмечают В. Перцев и Л. Мамлеева, «хорошее имя должно рассказывать о чем-то реальном и специфическом, о компании или продукте» [1]. Иными словами, критерий связанности с реальностью означает, что название должно давать потребителю достаточно точное представление о сфере деятельности или специфике компании, четко идентифицировать бренд, не создавать ложных ожиданий. Данному критерию соответствуют лишь 21,3% названий гродненских заведений общественного питания: ресторан быстрого обслуживания «Прего-пицца», кафе-бар «Карчма», кафе «КофеМания», кафе-магазин «Чайкоффский», пиццерия «Basta Pasta!» и др.

Указанные выше аспекты максимально обоснованы и функциональны, однако использование латинской графики существенно снижает информативность некоторых из них. Латиница используется в 11,2% названий: пиццерия «Go-go Pizza», специализированная служба кейтеринга «CampFood», кафе «H2O» и др.

Оформленные таким образом названия сигнализируют о европейском качестве обслуживания, о принадлежности своих клиентов к высшему обществу и высоких ценах. Такой прием оправдан, если фирма действительно предоставляет услуги премиум-класса и рассчитывает на соответствующую целевую аудиторию. В этом случае название будет соответствовать еще двум требованиям – отражать **стиль** или **уровень жизни** потребителей и указывать на **ценовую категорию**. Название с учетом такого требования более четко дифференцирует аудиторию, помогает потребителю выбрать подходящий ему продукт. В противном случае такое название может ввести в заблуждение и даже отпугнуть возможного потребителя, поскольку иностранное слово не всегда может быть правильно прочитано и понято. Написанное кириллицей, оно облегчает прочтение, но все-таки не дает покупателю достаточной информации: кафе «Эль Густо», гастрономический бар «Гудини», ресторан быстрого обслуживания «Прего-пицца».

Названия, написанные латиницей, могут не соответствовать еще двум критериям, выделяемым В.Н. Домниним, – **восприятию** и **запоминанию**, который подразумевает, что имя должно легко восприниматься и хорошо запоминаться, и легкому **произношению**, что означает соответствие звуковому строю языка и ритмичность[3].

С точки зрения критерия связанности с реальностью неудачными можно назвать такие названия гродненских ресторанов, как «Дом», «Гродно», «Топаз», «Неман», «Тройка». Эти наименования абстрактны, могут использоваться как названия различных товаров, а значит, не могут в полной мере передать специфику деятельности заведений общественного питания.

Название должно заключать в себе главное **отличие от конкурентов**, что способствует узнаваемости, а также указывает на уникальные свойства товара или услуги. Так, например,

соответствует этому требованию название кафе «Киото», указывающее на японскую кухню, что является уникальным торговым предложением для г. Гродно.

Результаты проведенных нами исследований показали, что одним из основных важных атрибутов бренда заведений общественного питания г. Гродно на современном этапе, часто сопровождающим название, является **слоган**. Слоган – это «спрессованная до формулы суть рекламной концепции, доведенная до лингвистического совершенства запоминающаяся мысль» [6], «постоянно используемый оригинальный фирменный девиз» [7, с. 126], «сильное торговое предложение, сведенное к простой текстовой форме» [8, с. 175].

Выявлено, что слоган может использоваться как компонент рекламного текста или выступать его автономной разновидностью. По мнению Н.В. Домнина, он отражает суть, основную идею всей рекламной кампании или преимущества конкретного продукта и направлен на создание положительного отношения к рекламируемому объекту, используется для облегчения запоминания бренда, а также способствует укреплению его позиционирования [1].

В то же время использование слогана на указанном потребительском рынке зафиксировано только в 6,7% организаций общественного питания г. Гродно, что обусловлено, как и в случае с неймингом, отсутствием необходимых маркетинговых компетенций у компаний, а также недооценкой данного атрибута в целом, что негативно сказывается на рекламных усилиях заведений, а соответственно, и прибыльности бизнеса.

В этой связи нами впервые были рассмотрены и систематизированы конкретные требования к составлению слоганов на примере белорусских предприятий и организаций, осуществляющих свою маркетинговую деятельность в тех же сегментах потребительского спроса, что и заведения общественного питания.

Установлено, что с **маркетинговой** точки зрения слоган должен соответствовать определенным требованиям, которые представлены ниже.

Слоган должен быть **практичным и конкурентным**, при этом практичность понимают как способность показать полезность товара, выгодно отличить его от других [8, с. 175]. Например, слоганы ОАО «Барановичский молочный комбинат» («Раніца») «Раніца» – для тех, кому **натуральное** нравится!» и медицинского центра «Нордин» «12 лет на службе вашего здоровья». Конкурентность подразумевает наличие сильных аргументов, которые способны убедить потребителя в преимуществах рекламируемого товара: «Купи 12 билетов и получи **13-й бесплатно!**» (кинотеатр «Восток»), «**Дешевле**, чем 5 пачек творага!» (продукт творожный «Для запекания» ОАО «Беллакт»).

Анализ показал, что слоган должен содержать название торговой марки. Использование названия в слогане повышает узнаваемость товара, способствует запоминаемости. Например, в рекламе ОАО «Лидское пиво» каждой торговой марке соответствует свой слоган: «Лидское **Premium**». Отличное пиво с европейским характером!»; «Лидское **Pilsner**». Создаем историю»; «**Три короля**». Пиво, достойное своего имени»; «Лидское **Портер**». Сварено по особому случаю!». Использование слоганов, соответствующих каждой торговой марке, свидетельствует о знании потребностей целевой аудитории и стремлении их удовлетворить.

Слоган должен соответствовать целям рекламной кампании. Так, слоган газеты «Перспектива» «**Подпишись** на любимую газету!» соответствует цели редакции – увеличить число подписчиков, а слоган торговой марки «Белое» ОАО «Лидское

пиво» призывает попробовать новый напиток: «**Открой** вкус белого пива!»

Соответствие **целевой аудитории** также в данном контексте является необходимым аспектом, который позволяет вызывать интерес именно у той части аудитории, для которой предназначен товар. Например, слоганы «Красивые платья для красивых **девушек**» (магазин «Аделэйс») и «Костюмы для успешных **мужчин**» (магазин «Коминтерн») указывают на разные целевые аудитории.

При разработке слогана важно учитывать **уникальное торговое предложение**: такси «Ведерко» – «**Шансон и трезвый водитель** предоставляются **бесплатно**». В данном примере рекламодатель обращает внимание аудитории на то, что кажется очевидным, а конкурентами даже не упоминается. Рекламное сообщение привлекает внимание благодаря комическому эффекту. Соблюдение этого требования позволяет показать потребителю, чем именно рекламируемый продукт выделяется в ряду подобных. Так, слоган сайта объявлений Kufar.by отражает специфику рекламной кампании: «**Даренному коню** место на Kufar». Рекламная кампания сайта объявлений строится на фразеологизме «даренному коню в зубы не смотрят». Однако в рекламе устойчивое выражение переосмысливается, а образ лошади используется в буквальном смысле – как подаренная лошадь и лошадка-качалка. Уникальным можно считать слоган «Лидский квас» – любимый квас» (ОАО «Лидское пиво»).

Выявлено, что отражение **философии** бренда и **выгода (вознаграждение)** являются необходимыми условиями при разработке слогана, чтобы формировать его идентичность. Например, слоган компании «МТС» «**Ты знаешь, что можешь**» соответствует миссии бренда – раскрыть потенциал клиента, помочь ему быть сильнее. Выгода способствует привлечению внимания, а также указывает на реальные преимущества товара или услуги. По такому принципу построен слоган «Go go pizza»: «Доставка за 60 минут или пицца **бесплатно!**»; слоган ЧТУП «Святобор»: «Каждому клиенту – **ПОДАРОК!**»

К **эстетико-культурным** требованиям к эффективности рекламного слогана правомерно отнести следующие. **Совместимость** слогана с **другими атрибутами бренда** означает, что слоган должен по возможности обыгрывать другие элементы бренда – логотип, название торговой марки и т.п. Это гарантирует целостность всех элементов. Например, в слогане «**Пельменич** готовит от души – его пельмени хороши!» обыгрывается название торговой марки «Пельменич» (ОАО «Волковысский мясокомбинат»). Слоган ОАО «ЭКЗОН» обыгрывает название предприятия с помощью акrostиха – «графического приема, вследствие которого начальные буквы строк текста (реже слоги или слова) складываются в слово или осмысленную форму» [9]: «Энергия **Края** – Здоровье, **Окружающее Нас!**» Однако этот прием прочитывается только в печатном, электронном или телевизионном варианте рекламы, но не может быть использован в аудиальной рекламе.

В числе эстетико-культурных требований к слогану называют учет ценностей целевой аудитории. Например, в рекламе ОАО «Молочный мир» обыгрывается ценность здоровья, которая связывается с употреблением натуральных продуктов: «Открой для себя **натуральное!**»; «**Натурально**. Как и 70 лет назад» (апелляция к началу работы предприятия – октябрь 1938 г., намек на сохранение традиций); сравните также: «Вода для Вашего **здоровья**» (питьевая вода «Поречье»).

Требования **оригинальности** и **выразительности** означают, что слоган должен содержать нечто, что выделяет его на фоне

других рекламних повідомлень і сприяє запам'ятовуванню. Наприклад, слоган «Да **усладятся уста** Ваши продукцией нашей!» (торгова марка «Імперія злаків») виділяється серед інших рекламних повідомлень завдяки пафосу торжественності, високому стилю, інтертекстуальності. Ці ефекти досягаються за рахунок використання застарілої лексики. Так, слово «усладиться» використовується в значенні отримати насолоду, задоволення. Це надає додаткові позитивні конотації слогану, а також характеризує продукцію торгової марки «Імперія злаків» як смачну, дає насолоду і задоволення.

Виявлено, що до **лінгвістичним** вимогам до якості слогана можна віднести наступні. Слоган повинен легко **перекладатися** на інші мови. Це важливо при виході на нові ринки. Наприклад, в рекламі прального порошку «Мара» слоган використовується на двох мовах – російській: «В доме **лад без переплат!**» і білоруській: «У доме лад без пераплата!» Однак прагнення зберегти ритм і впізнаваність слогана на двох мовах призводить до того, що во другому випадку слово «пераплата» звучить неестественно і виходить з контексту. В слогані на російській мові слово «лад» використано в значенні «порядок» як розмовне. Це не відповідає освітній функції реклами, направленої на формування смаку (в тому числі мовного смаку) і формування звичок аудиторії. Подібним чином калькується слоган ОАО «Беллакт» «Жизнь начинается с молока» – «The life starts with milk».

Можливо використовувати на двох мовах слоган мобільного оператора «Велком»: «Час **упэўненых**» і «Время уверенных». В даному випадку при перекладі на російську мову зберігається зміст фрази, а слогани звучать гармонічно. В той же час слоган сайту kufar.by «Дареному коню место на Kufar» є неперекладним, оскільки побудований на стійкому вираженні «дареному коню в зуби не смотрят». Він направлений на російськомовну аудиторію, яка розуміє прецедентність слогана.

Слід відзначити, що для слогана важливо **простота**, що сприяє запам'ятовуванню і спрощує сприйняття: «Сила молока» (ОАО «Молочный мир»). Простота слогана забезпечується за рахунок його метафоричності, що дозволяє максимально короткою фразою передавати одночасно декілька значень (польза молока, висока якість продукту).

Визначено, що, згідно **психологічним** вимогам, слоган повинен відповідати наступним характеристикам:

- формувати **довіряльну стосунку** до фірми, рекламируваному об'єкту: «Отпуск с **надежной** компанией!» («Центр Курорт»);

- привертати **внимание** аудиторії і викликати **интерес, любопытство**: «Соки и нектары «АВС»: **фрукты надо пить!**» (ОАО «Фирма АВС») – привертання уваги забезпечується парадоксальним побудовою фрази, поєднанням несумісного, руйнуванням стереотипа;

- викликати тільки **положительные ассоциации**: «Лидский квас» – **любимый квас!**» (ОАО «Лидское пиво») – цьому сприяє лексика з позитивною оцінкою, а також використання в слогані ключових концептів відповідного соціокультурного суспільства: «Отличное начало **семейной жизни**» (свадебное агентство «Семье чувство»);

- легко **запоминаться**: «Лидское. Всегда пожалуйста!» (ОАО «Лидский квас»); «Свой в доску!» (кафе-клуб «Чемпи»);

- мати **призывный**, але не агресивний характер: «Молоко пьем – долго живем!» (ОАО «Лидский молочно-консервный комбинат»); «Попади в Точку, выбирая компьютер!» (магазин «Точка»). Сравни: «Молоко пьете – долго живете!».

Выводы. Таким чином, назва і слоган є обов'язковими атрибутами бренду, що сприяють підвищенню впізнаваності фірми, товару або послуги. Враховуючи високу конкуренцію на ринку закладів громадського харчування, для підвищення рівня конкурентоспроможності, підвищення іміджу, рівня лояльності споживачів і рентабельності компанії необхідно дотримуватися запропонованих нами комплексів систематизованих рекомендацій (вимог). При цьому важливо, щоб вони відповідали ряду маркетингових, змістових, лінгвістичних, психологічних, естетико-культурних і правових вимог і використовувалися в комплексі маркетингу компанії.

Литература:

1. Перция В. Анатомия бренда / В. Перция, Л. Мамлеева [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://elenagergart.com/wp-content/uploads/2013/09/g-b-2.pdf>.
2. Атрибуты бренда и их основные характеристики [Электронный ресурс]. – Режим доступа : http://studme.org/36923/marketing/atributy_brenda_osnovnye_harakteristiki.
3. Домнин В.Н. Брендинг: новые технологии в России / В.Н. Домнин. – СПб. : Питер, 2004. – 381 с.
4. Информация о проекте HoReCa.ru [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.horeca.ru/about/#horeca>.
5. Нейминг: каким должно быть имя бренда [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.castcom.ru/publications/pr/neyming-kakim-dolzno-byt-imya-brenda.html>.
6. Толковый словарь рекламы [Электронный ресурс]. – Режим доступа : http://www.elson.ru/serv_idp_51_idp1_720.html.
7. Феофанов О.А. Реклама: новые технологии в России / О.А. Феофанов. – СПб. : Питер, 2000. – 384 с.
8. Мудров А.Н. Аксиомы рекламы : практ. пособ. / А.Н. Мудров. – М. : Магистр, 2008. – 462 с.
9. Литература и язык. Современная иллюстрированная энциклопедия / Под редакцией проф. А.П. Горкина // Академик [Электронный ресурс]. – 2006. – Режим доступа : http://dic.academic.ru/dic.nsf/enc_literature/125/Акротих.

Шишко В.І., Костюшко О.Т. Назва і слоган як основні атрибути бренду (на прикладі ринку громадського харчування м. Гродно)

Анотація. У статті проведено аналіз ринку громадського харчування м. Гродно, в якому виявлено маркетингове використання основних атрибутів бренду (назву і слоган). Запропоновано комплекс рекомендацій (вимог) щодо розробки назви і слогана, що дають змогу економити часовий ресурс, підвищити рекламну ефективність від їх використання на конкурентному ринку, тим самим підвищуючи прибутковість бізнесу.

Ключові слова: бренд, атрибути бренду, назва бренду, слоган, маркетинг, інструменти маркетингу, реклама, просування.

Shyshko V.I., Kostyushko E.T. Name and slogan as main attributes of the brand (on the example of the public catering of Grodno)

Summary. In the article the catering market analysis Grodno, which revealed the use of a marketing major brand attributes (name and slogan). A set of recommendations (requirements), to develop a name and slogan, which allows to save time resource, increase advertising effectiveness by using them in a competitive market, thereby increasing profitability.

Keywords: brand, brand attributes, brand name, slogan, marketing, marketing tools, advertising, promotion.

Солоха Д.В.,
д.е.н., професор,
завідувач кафедри економіки і менеджменту
Київський національний університет культури і мистецтв
Белякова О.В.,
к.е.н., доцент,
завідувач кафедри готельно-ресторанного бізнесу
Київський національний університет культури і мистецтв

ВИЗНАЧЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ВПРОВАДЖЕННЯ ЕКОЛОГІЧНИХ ІННОВАЦІЙ У ПРОМИСЛОВИЙ СЕКТОР ЕКОНОМІЧНОЇ СИСТЕМИ РЕГІОНУ

Анотація. У роботі надано характеристику металургійній складовій експортоорієнтованого сегменту збуту промислових підприємств України. Доведено потребу переходу до випуску екологічно чистої промислової продукції як ключової передумови виходу та закріплення вітчизняних металовиробників на світовому ринку, представлено систему розвитку такого ринку.

Ключові слова: збут, експорт, сегмент, маркетингові важелі, ринок, екологізація, промисловість.

Постановка проблеми. На сучасному етапі розвитку суспільних відносин помітно проявляються тенденції екологізації виробничих процесів у зв'язку із загальною екологізацією соціо-економічного розвитку, державної політики й законодавства, суспільних настроїв і потреб, зумовлених наростанням екологічної та природно-ресурсної кризи.

Особливої уваги ці питання набувають у промислово розвинених регіонах з їх значним техногенним навантаженням, рівень якого набуває критичних значень [1].

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженню існуючих тенденцій розвитку регіональних соціально-економічних систем в багатовекторному напрямі присвячено численні праці провідних вітчизняних учених [2], однак екологізації регіонального розвитку, розвиненню ринків промислової екологічно чистої продукції (ПЕЧП), позиціонуванню екологічно чистої продукції на міжнародному ринку на сьогодні приділяється все ще недостатньо уваги, отже, дане дослідження є вельми актуальним та своєчасним.

У цьому зв'язку необхідно окреслити прийняті підходи до екологізації ринку ПЕЧП і відзначити принципово важливу властивість ринку – можливість його використання як метод цивілізованого розв'язання конфліктних ситуацій у сфері еколого-економічних протиріч. При цьому необхідно дотримуватися певних умов і правил, у результаті чого можливо одержати одночасно екологічний і економічний вигоди, а отже, й соціальний ефект, що цілком відповідає положенням концепції сталого розвитку.

Виділення не вирішених раніше частин загальної проблеми. Як йшлося вище, питання впровадження екологічних інновацій у промисловий сектор економічної системи регіону найшли достатнє відображення серед широких верств вітчизняних учених, але важливо відзначити відсутність методів і підходів до оцінки результативності маркетингових і економічних рішень під час просування екологічно чистої продукції промислового призначення.

Зокрема, залишаються відкритими питання, яким чином властивості екологічності впливають на ціну ПЕЧП і тенденції зміни прибутку виробника і як відреагує споживач на присутність зазначених властивостей екологічної чистоти. Тому ключовою метою розробок у даній сфері можна визначити необхідність оцінки ефективності просування ПЕЧП у споживача й виробника.

Означені питання ввійшли в коло наукового пошуку фахівців кафедри економіки і менеджменту Київського національного університету культури і мистецтв у рамках проведення НДР за темою: «Обґрунтування імперативів інноваційного провайдингу регіону» (номер державної реєстрації 01154000560).

Мета статті полягає у дослідженні необхідності впровадження екологічних інновацій у промисловість екологічно небезпечних регіонів України та визначенні ефективності таких впроваджень.

Виклад основного матеріалу дослідження. На рівні системуютьоруючих підприємств промислово розвинених регіонів принципи сталого розвитку мають включатися в стратегію розвитку як окремого підприємства, так і регіону в цілому, тому що саме вони визначатимуть державну екологічну політику на довгострокову перспективу.

Основою для реалізації даних принципів є критерії, запропоновані не тільки практикою ведення бізнесу, але й сформовані за участю державних структур, ключовим завданням функціонування яких є система заходів для екологізації національної економічної системи.

Саме тому основним завданням даного дослідження висуно оцінку умов і параметрів екологізації регіональних виробничих структур, які потребують системного розгляду, всебічного аналізу й агрегування за блоками невирішених проблем.

Водночас на підприємствах нової формації, чітко зорієнтованих на ринок, розробляються й упроваджуються основні установи, структури та принципи маркетингу, які покликані в будь-яких умовах допомогти керівникам у вирішенні виробничих, комерційно-збутових і соціальних проблем шляхом уловлювання й задоволення запитів споживача [3].

Процедура прийняття інноваційних рішень у сфері екологічного маркетингу керівниками підприємств та організацій визначається багатьма факторами і залежить від цілої низки результатуючих показників. Виявлення базових умов нормального функціонування виробничої системи регіонального рівня на основі діагностики техніко-економічних показників потребує оцінки перспективності впровадження інноваційних проєктів із випуску екологічно чистої продукції [4].

Головною відмінною рисою системного аналізу екологічної економіки інноваційно активного підприємства є акцент на аналізі цілісних властивостей природокористувальної й екологічної діяльності, виявлення всебічних зв'язків і залежностей між різними сторонами й видами цієї діяльності. Комплексний еколого-економічний аналіз необхідно проводити в контексті управління різними аспектами господарювання – управління стратегією, ресурсами, персоналом [5].

Ефективна інноваційна стратегія екологічно орієнтованого підприємництва регіонального рівня повинна містити в собі три складника: основні цілі (завдання); найбільш істотні елементи політики (програма поетапних дій, ініціативи, стратегічні плани), що направляють або обмежують сферу екологічно орієнтованого господарювання; послідовність основних дій (програм), спрямованих на досягнення поставлених цілей.

Для того щоб погодити стратегічні цілі екологічно орієнтованого господарювання (виробництва) і поточні (оперативні) дії, підприємство може використовувати збалансовану систему показників (Р. Каплан і Д. Нортон розробили збалансовану систему показників у 1990-х роках, про що детально доводять автори монографії [1]), побудовану з урахуванням екологічних параметрів розвитку, що дає змогу постійно відстежувати фактори впливу на ефективну діяльність підприємства.

Збалансована система показників може бути адаптована і до проблем охорони навколишнього середовища, екологізації виробництва, а також до розвитку екологічного підприємництва.

Система збалансованих показників, що включає чотири складових (фінансову, внутрішніх процесів, навчання й росту персоналу, клієнтську), має включати еколого-економічні



Рис. 1. Діагностика ресурсної бази системоутворюючих підприємств регіону з випуску ПЕЧП

показники й оцінки, що забезпечують розуміння необхідності підвищення екологічної ефективності господарювання, економічної ефективності екологічного підприємництва.

Для реалізації інноваційних кроків на шляху просування ПЕЧП необхідно зупинитися на рівні накопиченого потенціалу, сучасній системі цінової й асортиментної політики, дефіциту сировини й енергоресурсів, специфіки господарського механізму розрахунків між постачальниками та споживачами про-

дукції, експортному потенціалі, а також інших, незалежних від керівників підприємств причин.

Діагностику базових умов упровадження будь-яких інновацій, й екологічних зокрема, що передбачає їх аналіз і оцінку, прогнозування розвитку системоутворюючих підприємств регіону в довгостроковій перспективі, представлено на рис. 1.

Важливим аспектом розвитку господарської діяльності з виробництва ПЕЧП є розвиток екологічної ринкової інфра-

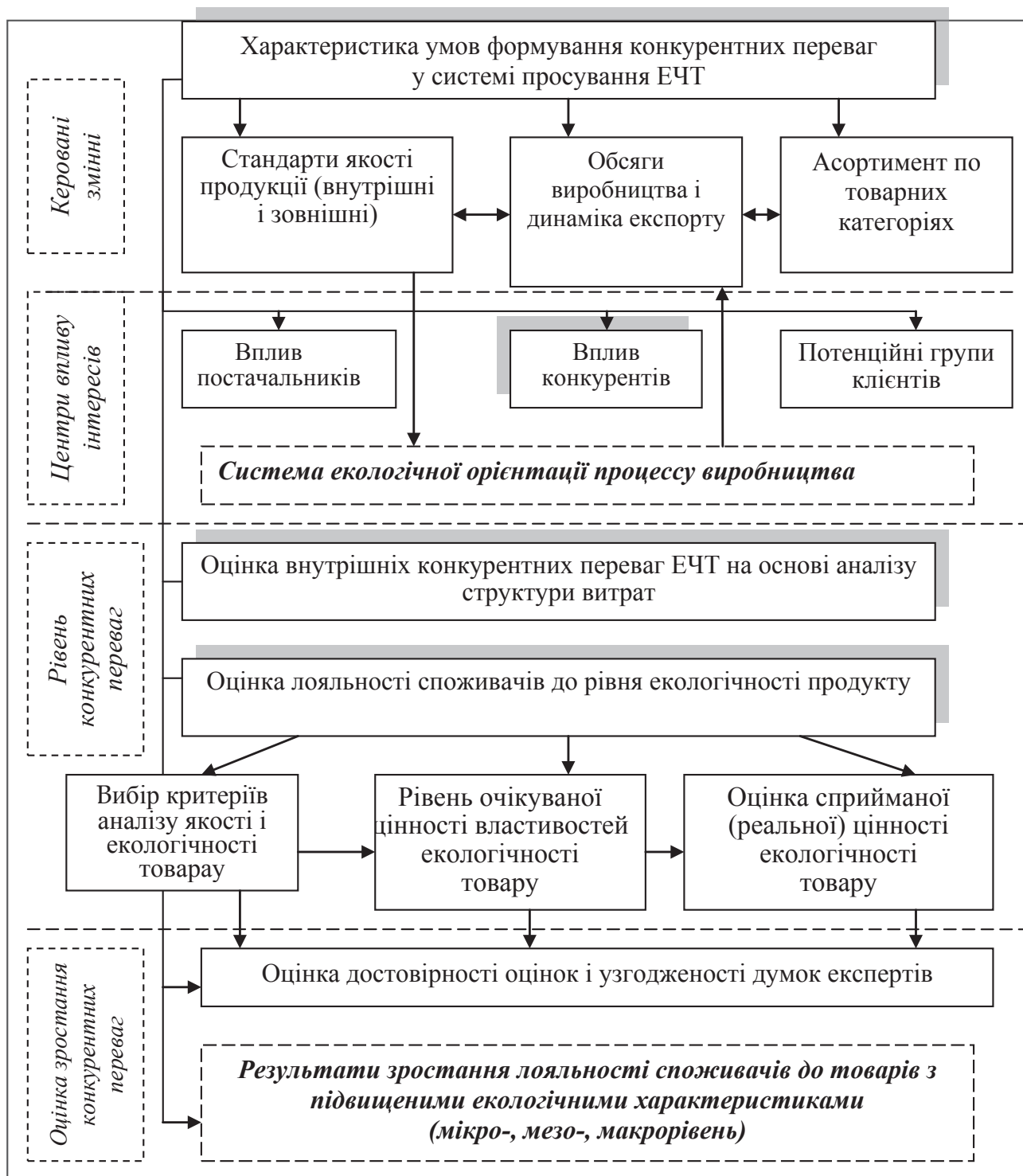


Рис. 2. Процедура аналізу конкурентних переваг, сформованих у системі просування екологічно чистих товарів

структури, зокрема екологічного маркетингу. На жаль, існуюча в Україні ринкова екологічна інфраструктура не сформована повною мірою, тому виробники промислових товарів екологічного призначення дуже обмежені у застосуванні маркетингових підходів до просування товарів на ринок екологічних товарів і послуг [4].

Специфіка функціонування підприємств, особливо промислових, накладає відбиток на процедуру використання тих або інших аналітичних процедур формування довгострокової стратегії на ринку екологічних товарів.

Одним із важелів забезпечення ефективності діяльності промислових підприємств є зважена конкурентна політика. Конкурентоспроможна ринкова ціна ПЕЧП, що має більш високий рівень споживчої якості, ніж аналоги, визначається за формулою 1.

$$C_{\text{ечп}} = C_a + \sum_{i=1}^n P_i, \quad (1)$$

де $C_{\text{ечп}}$ – ціна екологічно чистого продукту; C_a – ціна аналога екологічно чистого продукту; P_i – позитивна або негативна цінність відмінності екологічно чистого продукту від аналога з точки зору споживача.

Ціна ПЕЧП повинна бути визначена для кожного сегмента споживчого ринку. Із цією метою по кожному виявленому в результаті маркетингового аналізу сегменту ринку визначаються особливості екологічно чистого продукту, що вигідно відрізняють його від аналогів, що є присутнім на аналізованому сегменті, а також цінність цих особливостей для споживача. При цьому однакові для декількох сегментів ринку особливості можуть мати різну цінність [6].

Особливостями промислової продукції, що вигідно відрізняють її від аналогів, можуть бути, наприклад, для продукції виробничо-технічного призначення:

1. Тактико-технічні показники: маса, габаритні розміри, продуктивність, кількість виконуваних функцій, час підготовки до експлуатації та ін.

2. Показники надійності: напрацювання на відмову, інтенсивність відмов, середній час відновлення, ресурс до першого ремонту, ресурс між ремонтами, термін служби тощо.

3. Економічні показники: вартість технічного обслуговування та ремонту, вартість використовуваних допоміжних матеріалів та інструменту, вартість споживаних енергоресурсів тощо.

4. Екологічна чистота: безпека використання, відсутність шкідливих компонентів, що несприятливо впливають на навколишнє середовище та можливість утилізації [6].

Оцінка конкретної величини ефекту використання ПЕЧП споживачем передбачає порівняння параметрів підвищеної екологічної безпеки зі змінами цінового й експлуатаційного характеру. Ціна екологічно чистого продукту прийнятна для виробника в тому випадку, коли вона покриває витрати на виготовлення і реалізацію продукції, забезпечуючи при цьому необхідний рівень рентабельності, тобто:

$$C_{\text{ечп}} = (R + 1) * Z, \quad (2)$$

де R – рентабельність продукції, Z – витрати на виробництво та реалізацію одиниці продукції.

При цьому величина витрат може бути представлена у вигляді залежності від параметрів конструкторсько-технологічного, організаційного рівня виробництва, характеру екологічної чистоти, а також від рівня маркетингу й реклами на підприємстві:

$$Z = \varphi(p_1, p_2, p_3, p_{\text{ЕЧП}}, \dots, p_n), \quad (3)$$

де p_1, p_2, p_3 – параметри конструкторсько-технологічного й організаційного рівня виробництва, рівня маркетингу та реклами; $p_{\text{ЕЧП}}$ – параметри екологічної чистоти та безпеки продукту.

Як параметри конструкторсько-технологічного й організаційного рівня виробництва, рівня маркетингу та реклами обираються показники, що несуть максимальне інформаційне навантаження [7].

Традиційно формування ринкової ціни ПЕЧП – процес більш складний. Метою подальших розробок є розгляд проблем впливу на ціну конкуренції, рекламних бюджетів, споживчих переваг та інших факторів. Для цих цілей необхідно адаптувати існуючі спеціальні маркетингові методики аналізу й розрахунків з урахуванням пріоритетів концепції екологічного маркетингу, забезпечення екологічної чистоти та безпеки продукції, що випускається.

Поширеним серед фахівців є висновок про те, що істотний прогрес у процесі підвищення конкурентоспроможності підприємств, галузей та економіки в цілому може бути досягнутий за погодженого застосування техніко-технологічних і організаційно-економічних інновацій стійкого розвитку [8]. Дані інновації можуть бути класифіковані, відповідно до загальних підходів, на поступові й радикальні. До перших належать технології (і відповідні організаційно-управлінські інструменти) екологічної ефективності, інтегральні технології (одночасно забезпечують подвійний, технологічний та екологічний, ефект).

Загальною рисою всіх поступових інновацій є те, що вони забезпечують доведення, вдосконалювання і т. п. сформованих технологічних і організаційних принципів виробництва, без якісної зміни його парадигми. Фахівці в цьому випадку акцентують увагу на змінах усередині існуючих виробничих ланцюгів створення вартості [9]. До другого типу інновацій, що ґрунтуються на радикальному відновленні технологічної й управлінської парадигми, належить новий системний дизайн (який передбачає якісну реструктуризацію існуючих продуктових ланцюгів із метою забезпечення екологічної безпеки й високого рівня ресурсозбереження в рамках екологічного життєвого циклу продукції), формування науково-природно-технологічних кластерів конкурентоспроможності (наприклад, у гірничопромислових, лісопромисловому комплексі), добровільних індустріально-технологічних програм і партнерств (держава – бізнес, бізнес – бізнес) тощо. Особливістю вирішення екологічних проблем у рамках інноваційного підходу є комплексність, під якою в цьому випадку мається на увазі цілеспрямоване якісне відновлення не тільки техніко-технологічної основи виробництва, але і його організаційних принципів і маркетингових прийомів, що тільки й дає змогу розраховувати на істотний довгостроковий ефект росту конкурентних переваг.

Ефективність, як відомо, є ключовим чинником, що визначає успіх бізнесу і постійно перебуває в центрі уваги підприємців. Підвищення ефективності забезпечує важливі переваги в конкурентній боротьбі. Для виміру ефективності бізнесу свого часу були вироблені й продовжують сьогодні використовуватися такі показники, як продуктивність праці, капіталовіддача (що відображає техніко-економічну сторону проблеми), прибутковість/рентабельність (що характеризує фінансово-економічний аспект), конкурентоспроможність (характеризує рівень порівняльних конкурентних переваг підприємства на ринку) тощо. Істотним недоліком цих і подібних їм традиційних показ-

ників є те, що ними не беруться до уваги екологічні та ресурсні ефекти виробництва [9].

Необхідність урахування екологічних і природно-ресурсних факторів у прийнятих бізнесом рішеннях і в комплексній оцінці їхньої результативності привела до розробки концепції екоефективності, ключовим параметром якої є показник екоефективності (EcoEf). Він відображає відому ідею одержання більшої кількості продуктів і послуг із мінімальною витратою природних ресурсів і мінімальним збитком, що завдається природному середовищу, і розраховується таким чином:

$$EcoEf = \frac{VA}{PR}, \quad (4)$$

де VA – оцінка доданого економічного результату (від англ. value added) і PR – оцінка відповідного впливу на навколишнє середовище (від англ. pollution and resources added).

Технологічні й організаційні принципи, які лежать в основі концепції екологічної ефективності, можуть бути віднесені до поступових екологічних інновацій. Вони дають змогу переорієнтуватися із застарілих очисних технологій на нове покоління технологій, спрямоване на якомога більше повне та комплексне використання природно-сировинних ресурсів і мінімізацію внаслідок цього потенційних виробничих відходів.

Однак складності переходу на нові принципи управління ефективністю можна вирішити тільки використовуючи маркетингові орієнтири прийняття стратегічних рішень. Лише інструменти маркетингового аналізу ринку здатні виявити ключові ризики екологічних інновацій. Втрати від суперечливості процесу оцінки конкурентних переваг підприємств, оцінки конкурентоспроможності товарів після модифікацій змушені мінімізувати виробники як ініціатори процесу поступових екологічних інновацій [9].

Питання адаптації конкурентної стратегії з урахуванням переходу на випуск екологічної продукції залишаються невирішеними. Отже, необхідний алгоритм оцінки впливу екологічної чистоти продукції на рівень очікуваних і фактичних доходів, можливість завоювання довгострокових конкурентних переваг. В основі такого алгоритму можуть використовуватися стандартні підходи до аналізу конкурентних переваг, методи оцінки конкурентоспроможності товару і фінансових результатів переходу на випуск екологічно чистих товарів. Формат такого алгоритму матиме такий вигляд (рис. 2).

Система екологічного маркетингу, орієнтованого на довгострокову прибутковість, трактується з боку загальноприйнятих критеріїв оцінки маркетингових рішень як модель застосування інтегрованої стратегії просування екологічно чистої продукції стосовно цільових сегментів і ринків на основі екологічних інновацій у технології, продукції та послугах. Основною метою впровадження даної системи може стати формування конкурентних переваг нового типу, розвитку іміджу марки і підприємства на основі «екологічних заяв», мінімізації ризику для здоров'я людей і навколишнього природного середовища, збільшення прибутковості й інноваційного потенціалу підприємства.

Оцінка ефективності функціонування даної системи передбачає:

– оцінку рівня купівельної лояльності до характеристик екологічної чистоти, тому що лояльність є умовою постійного споживчого інтересу;

– виявлення фінансового й матеріально-виробничого потенціалу як умови успішної реалізації поліпшувачих екологічних змін;

– характеристику якості, економічних і екологічних параметрів товару й оцінку рівня маркетингового потенціалу з урахуванням масштабу й характеру екологічних інновацій (технологія, продукт, додаткові послуги).

Висновки. Результативність управління процесами конкурентоспроможності підприємства буде визначатися тим, наскільки цілеспрямовано й повно використовуються наявні резерви за виділеними змінними. Однак на підприємствах найчастіше не проводиться їхній комплексний аналіз і не оцінюється кількісна величина. Цей недолік не дає змоги спрогнозувати, а надалі й забезпечити найбільш високу результативність у вирішенні розглянутої проблеми.

Подальші дослідження слід сконцентрувати на встановленні залежностей регіонального розвитку між системоутворюючими факторами регіонального розвитку визначення впливу екологічної складової розвитку та побудові багатофакторної економіко-математичної моделі щодо моніторингу та прогнозування розвитку регіону в довгостроковій перспективі.

Література:

1. Должанський І.З. Організація процесу формування та розвитку ринку екологічно чистих товарів : [монографія] / І.З. Должанський, О.В. Белякова. – Донецьк : Купріянов В.С., 2009. – 235 с.
2. Солоха Д.В. Функціонування і розвиток інноваційного потенціалу регіональних соціально-економічних систем: теорія, методологія, практика : [монографія] / Д.В. Солоха. – Донецьк : ВІК, 2012. – 439 с.
3. Шипуліна Ю.С. Теоретико-методичні підходи до оцінки достатності ринкового потенціалу для сприйняття нової продукції (на прикладі екологічних товарів) / Ю.С. Шипуліна // Механізм регулювання економіки, економіка природокористування, економіка підприємства та організація виробництва. – 2004. – № 1. – С. 44–49.
4. Ільяшенко С. Екологический маркетинг / С. Ільяшенко, О. Прокопенко // Экономика Украины. – 2003. – № 12. – С. 56–61.
5. Родіонов О.В. Екологічний лізинг у діяльності підприємства / О.В. Родіонов // Вісник Сумського державного університету. – 2008. – № 1. – С. 39–43.
6. Проблеми управління інноваційним підприємництвом екологічного спрямування : [монографія] / За заг. ред. О.В. Прокопенко. – Суми : Університетська книга, 2007. – 512 с.
7. Белякова О.В. Оценка ценовых параметров экологически чистого продукта / О.В. Белякова // Управление предприятием: проблемы та шляхи їх вирішення. Т. II. – Ялта, 2007. – С. 129–132.
8. Дьоміна Т.А. Екологія, природокористування, охорона навколишнього середовища / Т.А. Дьоміна. – М. : Аспект Пресс, 1997. – С. 45.
9. Пахомова Н.В. Инновации экологически-устойчивого развития: ситуация в России в контексте международного опыта / Н.В. Пахомова, О.И. Сергиенко // Проблемы современной экономики. – 2004. – № 1. – С. 89–96.

Солоха Д.В., Белякова О.В. Определение эффективности внедрения экологических инноваций в промышленный сектор экономической системы региона

Аннотация. В работе дана характеристика металлургической составляющей экспортоориентированного сегмента сбыта промышленных предприятий Украины. Доказана необходимость перехода к выпуску экологически чистой промышленной продукции как ключевой предпосылки выхода и закрепления отечественных металлопроизводителей на мировом рынке. Представлена система развития такого рынка.

Ключевые слова: сбыт, экспорт, сегмент, маркетинговые рычаги, рынок, экологизация, промышленность.

Solokha D.V., Belyakova O.V. Determination of the effectiveness of introduction of ecological innovations in the industrial sector of the economic system of the region

Summary. The article discusses characteristic of the metallurgical component of the export segment of industrial enterprises of Ukraine. The necessity of

transition to production of environmentally friendly industrial products as a key precondition for entrance and consolidation of the domestic steel producers on the world market is proven. The system of development of such a market is presented.

Keywords: marketing, export, segment, marketing leverage, market, greening, industry.

Сімків Л.Є.,

к.е.н., доцент,

завідувач кафедри теорії економіки та управління,

Івано-Франківський національний технічний університет нафти і газу

Даляк Н.А.,

асистент кафедри маркетингу та контролінгу,

Івано-Франківський національний технічний університет нафти і газу

ВПЛИВ ІНВЕСТИЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ НА ЕКОНОМІЧНЕ ЗРОСТАННЯ В УКРАЇНІ

Анотація. У статті досліджено роль інвестицій в економіці України та їх вплив на економічне зростання. Обґрунтовано, що темпи економічного зростання системи будь-якого рівня (національного чи регіонального) визначаються ступенем інвестиційної активності. Побудовано модель взаємозв'язку і залежності між обсягами і динамікою ВВП та обсягами і динамікою інвестиційних ресурсів.

Ключові слова: інвестиції, валовий внутрішній продукт, інвестиційний клімат, метод екстраполяції, модель Кобба-Дугласа.

Постановка проблеми. Нинішній соціально-економічний стан України та її регіонів характеризується проявами гострих кризових явищ, виникнення та розвиток яких обумовлені не лише зовнішніми викликами та несприятливими макроекономічними тенденціями, а значною мірою негативними наслідками реструктуризації промислових підприємств, військовим конфліктом на сході держави та політичною кризою.

Збільшення обсягів інвестицій є важливою передумовою поступового відновлення економічного зростання шляхом формування сприятливого інвестиційного клімату в Україні, забезпечення належних нормативно-правових гарантій іноземним і вітчизняним інвесторам, сприятливих умов для розвитку бізнесу. Однак інвестиційний процес в Україні характеризується відсутністю стабільності та значною залежністю обсягів інвестицій від зовнішніх та внутрішніх факторів.

У зв'язку з цим особливої актуальності набувають питання, пов'язані з вивченням умов створення сприятливого інвестиційного клімату держави, підвищення рівня її інвестиційної привабливості, залученням інвестицій та їх ефективним використанням, визначенням взаємозв'язків і залежності між інвестиціями і показниками, що характеризують рівень економічного зростання.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Вагомий внесок у розвиток теоретичних та практичних аспектів інвестиційної діяльності зробили вітчизняні науковці, зокрема: С. Біла, Л. Борщ, З. Герасимчук, В. Голиков, В. Гончаров, Б. Данилишин, М. Долішній, А. Сухорукова, А. Пересада та ін. Проте значна кількість публікацій, присвячена цим питанням, тільки підтверджує необхідність подальших досліджень у даному напрямі.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Кризовий стан вітчизняної економіки, низькі темпи економічного зростання, поглиблення міжрегіональних диспропорцій щодо надходження інвестицій вимагають дослідження

існуючих тенденцій та здійснення прогностичних передбачень взаємозв'язку і залежності між обсягами і динамікою ВВП та обсягами і динамікою інвестиційних ресурсів.

Мета статті полягає у дослідженні питань, пов'язаних із впливом інвестицій на економічне зростання в Україні, та побудові моделей взаємозв'язку і залежності між обсягами і динамікою ВВП та обсягами і динамікою інвестиційних ресурсів.

Виклад основного матеріалу дослідження. Для об'єктивної оцінки ефективності інвестиційної діяльності в регіонах та країні загалом доцільно прослідкувати взаємозв'язки і залежності між інвестиціями і показниками, що характеризують рівень економічного розвитку. Узагальнюючим показником, що відображає стан розвитку економіки країни, є валовий внутрішній продукт (ВВП). Чим більші обсяги інвестицій у поточному році, тим більшим може бути обсяг ВВП країни в майбутньому періоді. Сьогодні як ніколи потрібна швидка віддача від укладених коштів, щоб максимально сприяти виходу економіки з кризового стану. Динаміка приросту ВВП значною мірою синхронна з динамікою приросту інвестицій в Україні за період 2002–2014 рр. (рис. 1).

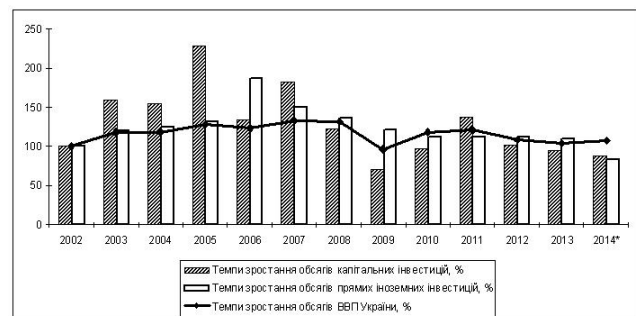


Рис. 1. Динаміка темпів зростання показників, які характеризують інвестиційні процеси в Україні в 2002–2014 рр.

* без урахування тимчасово окупованої території Автономної Республіки Крим, м. Севастополь та частини зони проведення антитерористичної операції.

Аналіз динаміки зміни показників, які характеризують інвестиційні процеси та стан розвитку економіки в Україні, дають змогу зробити висновки, що динаміка інвестицій має таку саму тенденцію, що і ВВП, і безпосередньо пов'язана з економічними процесами в державі; темпи зростання (скорочення) інвестицій у середньому вищі за темпи зростання (скорочення) ВВП; зростання обсягу інвестицій приводить до

прискорення відтворювальних процесів і тим самим стимулює розвиток економіки.

Темпи економічного зростання системи будь-якого рівня (національного чи регіонального) визначаються ступенем інвестиційної активності. У зв'язку з цим актуальним стає питання розробки методики прогнозування показників інвестиційної активності, які забезпечують бажані (задані) темпи економічного розвитку.

Прогнозування макропоказників насамперед пов'язане із розв'язанням широкого кола завдань під час прогнозування темпів економічного зростання держави. Моделі економічного зростання є різновидом одномірних або багатомірних макроекономічних моделей довгострокового розвитку. Макроекономічні моделі використовуються для здійснення формалізованого аналізу та прогнозування укрупнених народногосподарських систем. Метою побудови таких моделей є прогноз основних показників, що характеризують розвиток економіки та її структуру.

Під час прогнозування ВВП найбільш широко використовуються методи екстраполяції та економіко-математичні моделі (факторні, економетричні).

Зміст факторних моделей економічного зростання полягає в установленні кількісних зв'язків між обсягами і динамікою ВВП та обсягами і динамікою інвестиційних ресурсів.

Економетричною моделлю називають систему регресійних рівнянь і тотожностей, які описують взаємозв'язки і залежності основних показників розвитку економіки.

Методи екстраполяції – дослідження можливих тенденцій зміни рядів динаміки показників за допомогою різних функцій часу (трендових моделей) [4]. Тренд відображає всереднені тенденції зміни явища у часі. Допускається, що через фактор часу можна виразити вплив усіх основних факторів, іншими словами, хоча час не є механізмом прояву закономірностей і тенденцій, він мов акумулює дії основних факторів і виражає їх у рівнянні тренда.

Вибір виду рівняння проводять за допомогою зображення динамічного ряду на графіку. При цьому основним критерієм вибору найкращої кривої для прогнозування в більшості випадків обирають коефіцієнт детермінації. Найкращою кривою вважається та, для якої коефіцієнт детермінації є найбільшим.

Слід зазначити, що екстраполяція тренда може бути застосована лише у тому випадку, якщо розвиток явища достатньо добре описується побудованим рівнянням, і умови, які визначають тенденцію розвитку в минулому, не зазнають значних змін у майбутньому.

На рис. 2–4 показано динаміку фактичних (2002–2014 рр.) і прогнозованих (2015–2016 рр.) значень капітальних інвестицій, прямих іноземних інвестицій та ВВП, а також лінії тренду і коефіцієнти детермінації.

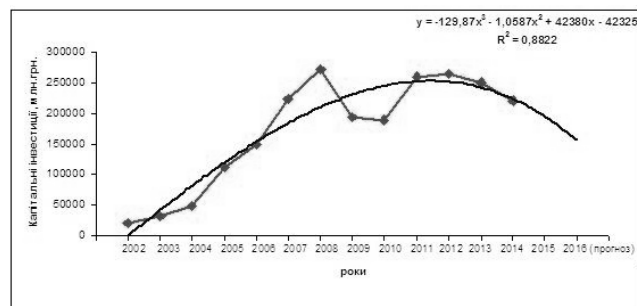


Рис. 2. Фактичні та прогнозовані значення капітальних інвестицій, лінія тренду

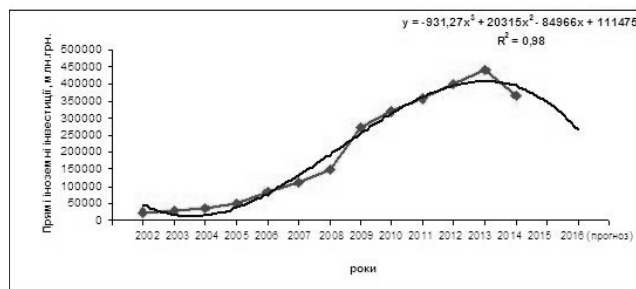


Рис. 3. Фактичні та прогнозовані значення прямих іноземних інвестицій, лінія тренду

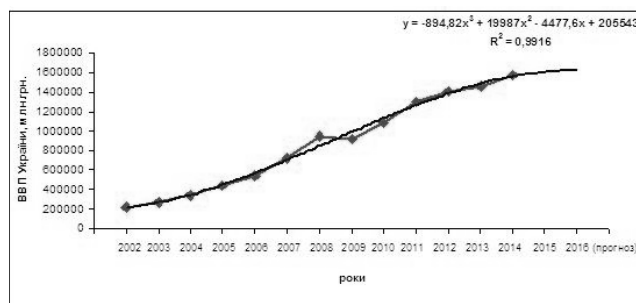


Рис. 4. Фактичні та прогнозовані значення ВВП України, лінія тренду

Загальна тенденція зміни розглянутих показників за досліджуваній період характеризується поліномом третього ступеню, який має такий математичний вираз: $y = -129,87x^3 - 1,0587x^2 + 42380x - 42325$ для капітальних інвестицій, $y = -931,27x^3 + 20315x^2 - 84966x + 111475$ – для прямих іноземних інвестицій та $y = -894,82x^3 + 19987x^2 - 4477,6x + 205543$ – для ВВП України, коефіцієнти детермінації дорівнюють, відповідно, 0,8822, 0,98 та 0,9916 та свідчать про те, що отримані спостереження підтверджують модель і характеризують суттєву варіацію між ознаками.

Прогнозовані значення досліджуваних показників представлені в табл. 1.

Таблиця 1

Прогнозовані значення досліджуваних показників

Показники	2015	2016
Капітальні інвестиції, млн. грн.	194424,2	154825,5
Прямі іноземні інвестиції, млн. грн.	348286,1	264823,8
ВВП України, млн. грн.	1604923	1615437

Для математичного опису мультиплікативної залежності між ВВП та інвестиціями доцільно застосувати виробничу функцію Кобба-Дугласа, тому що в ній найбільш об'єктивно відображається процес розвитку соціально-економічних систем, без безпосереднього впливу суб'єктивного фактору, тобто досліджується природа самих процесів розвитку [5].

Для з'ясування форми регресійного зв'язку введемо гіпотези. Будемо вважати, що виробничу регресію неперервна і двічі диференційована.

Вважаємо, що ВВП України Y залежить від двох факторів: капітальних інвестицій X_1 , та прямих іноземних інвестицій X_2 .

$$Y = F(X_1, X_2). \quad (1)$$

Гіпотеза 1. Якщо збільшується один із факторів X_1 , або X_2 за незмінного значення іншого, то ВВП збільшується, і навпаки.

Зміна ВВП за рахунок зміни одного з факторів X_1, X_2 математично виражається як частинна, похідна по цьому фактору

$$\frac{\partial F}{\partial X_1} > 0; \frac{\partial F}{\partial X_2} > 0$$

Гіпотеза 2. Приріст ВВП збільшується повільніше, ніж приріст витрат кожного із факторів. Іншими словами, приріст одного із факторів на одиницю викликає збільшення ВВП менше, ніж на одиницю.

Гіпотеза 3. Виробнича функція $F(X_1, X_2)$ є однорідною функцією відносно факторів X_1, X_2 , з показником однорідності α . Це означає, що за одночасного збільшення значень факторів у λ разів (будь-яке стає число) ВВП збільшиться у λ^α разів:

$$F(\lambda X_1, \lambda X_2) = \lambda^\alpha F(X_1, X_2). \quad (2)$$

Гіпотеза 4. На лінії постійного ВВП еластичність інвестицій є сталою додатною величиною.

На основі цих гіпотез отримано рівняння виробничої регресії Кобба-Дугласа:

$$Y = a_0 X_1^{a_1} X_2^{a_2}. \quad (3)$$

Отже, розрахуємо параметри виробничої функції Кобба-Дугласа для вирішення задачі прогнозування темпів росту ВВП.

Геометрично виробничу регресію можна зобразити як поверхню в тримірному просторі з координатами X_1, X_2, Y .

Для оцінки параметрів лінії регресії прологарифмуємо рівняння і виконаємо заміну величин:

$$\ln Y = \ln a_0 + a_1 \ln X_1 + a_2 \ln X_2, \quad (4)$$

$$a_{01} = \ln a_0, Y_1 = \ln Y, Z_1 = \ln X_1, Z_2 = \ln X_2.$$

Після цих перетворень отримаємо лінійну модель

$$Y_1 = a_{01} + a_1 Z_1 + a_2 Z_2. \quad (5)$$

Для обчислення коефіцієнтів a_{01}, a_1, a_2 зручно використовувати електронні таблиці.

Необхідні розрахунки для оцінки параметрів лінії регресії та застосування Пакету аналізу Excel наведені в табл. 1.

Після проведення необхідних розрахунків в Excel отримаємо:

$$a_1 = 0,194, a_2 = 0,468, a_0 = 293,18.$$

Виробнича функція має вигляд:

Таблиця 1

Розрахунки для оцінки параметрів лінії регресії

Рік	Y	X_1	X_2	$Y_1 = \ln(Y)$	$Z_1 = \ln(X_1)$	$Z_2 = \ln(X_2)$	Y_{1r}	Y_{1min}	Y_{1max}
2002	225810	19838,9	24136,3	12,33	9,90	10,09	12,33	12,10	12,55
2003	267344	31625,2	29177,8	12,50	10,36	10,28	12,50	12,28	12,73
2004	345113	48792,9	36224,3	12,75	10,80	10,50	12,69	12,47	12,91
2005	441452	111174,1	47998	13,00	11,62	10,78	12,98	12,76	13,20
2006	544153	148972,3	85294,5	13,21	11,91	11,35	13,31	13,09	13,53
2007	720731	222678,9	109116,9	13,49	12,31	11,60	13,50	13,28	13,72
2008	948056	272074,1	149190,6	13,76	12,51	11,91	13,69	13,47	13,91
2009	913345	192878	274246,3	13,72	12,17	12,52	13,90	13,68	14,13
2010	1082569	189060,6	319823,2	13,89	12,15	12,68	13,97	13,75	14,19
2011	1 302 079	259932,3	356731,9	14,08	12,47	12,78	14,09	13,86	14,31
2012	1 411 238	263727,7	402157,8	14,16	12,48	12,90	14,14	13,92	14,36
2013	1 454 931	249873,4	441987,3	14,19	12,43	13,00	14,18	13,96	14,40
2014	1 566 728	219419,9	367006,6	14,26	12,30	12,81	14,07	13,84	14,29
Сума	11223549	2230048,3	2643091,5	175,3445	153,408	153,215	175,345		

Таблиця 2

Фактичне, розраховане та прогнозоване значення і довірчий інтервал

Рік	Y	X_1	X_2	$Y_r = \exp(Y_{1r})$	Ymin	Ymax
2002	225810	19838,9	24136,3	225276,9	180615,7	280981,5
2003	267344	31625,2	29177,8	269545,0	216107,6	336195,8
2004	345113	48792,9	36224,3	324485,4	260156,1	404721,5
2005	441452	111174,1	47998	434422,7	348298,4	541843,2
2006	544153	148972,3	85294,5	601752,1	482454,7	750548,4
2007	720731	222678,9	109116,9	730128,0	585380,0	910668,0
2008	948056	272074,1	149190,6	878735,9	704526,4	1096022,5
2009	913345	192878	274246,3	1092615,4	876004,3	1362788,4
2010	1082569	189060,6	319823,2	1169520,9	937663,3	1458710,4
2011	1 302 079	259932,3	356731,9	1309423,0	1049829,8	1633206,3
2012	1 411 238	263727,7	402157,8	1388836,0	1113499,1	1732256,0
2013	1 454 931	249873,4	441987,3	1436402,0	1151635,1	1791583,6
2014	1 566 728	219419,9	367006,6	1283919,7	1029382,5	1601396,8
2015 (прогноз)		194424,2	348286,1	1223737,9	981131,7	1526333,7
2016 (прогноз)		154825,5	264823,8	1029924,5	825741,8	1284595,7

$$Y = 293,18 X_1^{0,194} X_2^{0,468} \quad (6)$$

Отримані, фактичні та прогнозовані результати, а також довірчий інтервал подано в табл. 2.

Для багатофакторної регресії частинний коефіцієнт еластичності показує, на скільки відсотків зміниться показник, якщо один із факторів зміниться на один відсоток за незмінних значень інших факторів.

Якщо лінія регресії має вигляд $Y = f [X_1, X_2, \dots, X_m]$, то частинний коефіцієнт еластичності для фактора X_i обчислюють за формулою:

$$k_{x_i} = \frac{\partial f}{\partial X_i} \cdot \frac{X_i}{f}, \quad (i=1, m) \quad (7)$$

Знайдемо частинні коефіцієнти еластичності для виробничої регресії Кобба-Дугласа $Y = a_0 X_1^{a_1} X_2^{a_2}$.

$$k_{x_1} = \frac{\partial f}{\partial X_1} \cdot \frac{X_1}{f} = \frac{\partial (a_0 X_1^{a_1} X_2^{a_2})}{\partial X_1} \cdot \frac{X_1}{a_0 X_1^{a_1} X_2^{a_2}} = \frac{a_0 a_1 X_1^{a_1-1} X_2^{a_2}}{a_0 X_1^{a_1} X_2^{a_2}} X_1 = a_1 \quad (8)$$

Таким чином, параметр a_1 є частинним коефіцієнтом еластичності фактора X_1 виробничої регресії Кобба-Дугласа і показує, що показник ВВП змінюється на 0,194%, якщо фактор капітальних інвестицій змінюється на 1% за незмінних значень фактора прямих іноземних інвестицій. Оскільки коефіцієнт еластичності додатний, то збільшення (зменшення) фактора викликає, відповідно, збільшення (зменшення) показника.

Аналогічним чином знайдемо, що частинний коефіцієнт еластичності для другого фактора дорівнює другому параметру $k_{x_2} = a_2$, відповідно, показує, що зміна фактора прямих іноземних інвестицій на 1% викликає зміну показника ВВП на 0,468% за незмінних значень фактора капітальних інвестицій.

Розглянемо гіпотезу 3 про однорідність виробничої регресії з економічної точки зору. Збільшимо обсяг факторів у будь-яке стає число λ і прослідкуємо реакцію зміни ВВП на такі зміни факторів.

Нехай у деякий момент часу фактори і показник мали значення x_{10}, x_{20}, y_0 , тобто $Y_0 = a_0 X_{10}^{a_1} X_{20}^{a_2}$. Після збільшення факторів у λ разів отримаємо:

$$Y = a_0 X_1^{a_1} X_2^{a_2} = a_0 (\lambda X_{10})^{a_1} (\lambda X_{20})^{a_2} = \lambda^{a_1+a_2} a_0 X_{10}^{a_1} X_{20}^{a_2} = \lambda^{a_1+a_2} Y_0 \quad (9)$$

У даному випадку показник однорідності a дорівнює сумі частинних коефіцієнтів еластичності:

$$a = a_1 + a_2 \quad (10)$$

Цей показник однорідності називають загальним (сумарним) коефіцієнтом еластичності. Оскільки значення загального коефіцієнта еластичності менше одиниці, то збільшення інвестицій в λ (стає число більше одиниці) разів викличе збільшення ВВП в число разів менше за λ , тобто в $\lambda^{a_1+a_2}$, де $a_1 + a_2 < 1$.

Для більш повного уявлення виробничої регресії розглянемо її ізокванту за сталого ВВП 2002 р. (рис. 5).

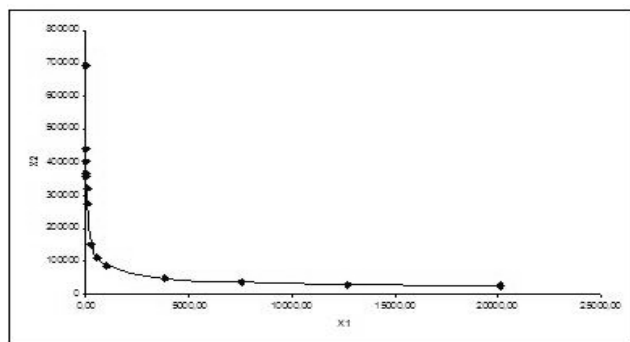


Рис. 5. Ізокванта

Щоб побудувати ізокванту, необхідно виразити один із факторів виробничої регресії через інший фактор і стає значення показника регресії:

$$X_1 = \frac{Y_0^{1/a_1}}{a_0^{1/a_1} X_2^{a_2/a_1}} \quad (11)$$

Таким самим чином можна розглянути множинну комбінацію факторів, яким відповідає інший сталий обсяг ВВП. Це буде інша ізокванта із сімейства ізоквант.

Заключним етапом розробки прогнозу є верифікація, яка є процедурою оцінки достовірності, точності чи обґрунтованості прогнозу.

Для оцінки знайденої економетричної моделі на адекватність порівняємо розрахункове значення критерію Фішера із табличним.

Для даної надійної ймовірності $p=0,95$ ($\alpha=1-p=0,05$ рівня значущості) і числа ступенів вільності $k_1=m-2$, $k_2=n-m-1=10$ знаходиться табличне значення $F(a, k_1, k_2)$:

$$F_{\text{табл.}}(0,05;2;10)=4,1.$$

Отримане розрахункове значення $F_{\text{роз.}} = 268,83$ порівнюють із табличним.

Оскільки $F_{\text{роз.}} > F_{\text{табл.}}$, то з надійністю 0,95 можна вважати, що розглянута економетрична модель адекватна вихідним даним.

У результаті проведеного факторного аналізу динаміки ВВП, капітальних інвестицій, прямих іноземних інвестицій були отримані такі результати:

1) еластичність ВВП за капітальними інвестиціями за період 2002–2014 рр. становила 0,194. Це означає, що за збільшення об'єму капітальних інвестицій на 1% (за інших незмінних факторів) ВВП міг збільшуватися на 0,194%. Відповідно, за зменшення капіталовкладень на 1% (за інших незмінних факторів) відбувалось зменшення ВВП на 0,194%;

2) еластичність ВВП за прямими іноземними інвестиціями за період 2002–2014 рр. дорівнює 0,468. Це означає, що за збільшення ПІІ на 1% (за інших незмінних факторів) ВВП міг збільшуватися на 0,468%. Відповідно, за зменшення ПІІ на 1% (за інших незмінних факторів) відбувалось зменшення ВВП на 0,468%;

3) одночасне зниження на 1% обох факторів викликало падіння ВВП на 0,662%;

4) розглянута економетрична модель виробничої функції Кобба-Дугласа адекватна вихідним даним, оскільки розрахункове значення критерію Фішера з імовірністю 0,95 значно перевищує табличне;

5) прогнозовані значення ВВП, отримані за допомогою трендових моделей, у 2015 р. – 1604923 млн. грн., у 2016 р. – 1615437 млн. грн., а із застосуванням виробничої функції Кобба-Дугласа, в якій враховано вплив інвестиційних ресурсів, у 2015 р. – 1223737,9 млн. грн., у 2016 р. – 1029924,5 млн. грн.

Висновки. Таким чином, активізація інвестиційної діяльності, збільшення обсягів інвестування та їх ефективне використання є головною передумовою економічного зростання України, одним з вирішальних факторів успішного реформування її народного господарства. Отримані результати є емпіричною і теоретичною основою для подальших досліджень в області методології регіональних особливостей інвестиційних процесів і прогнозування економічного зростання і розвитку регіонів.

Література:

1. Офіційний сайт Державного комітету статистики України. Оперативна статистична інформація [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.ukrstat.gov.ua>.
2. Офіційний сайт інформаційно-аналітичного центру «Info-Light» [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://info-light.org.ua/>.
3. Офіційний сайт Державного агентства з інвестицій та управління національними проектами України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.ukrproject.gov.ua/>.
4. Прогнозирование и планирование экономики : [учебное пособие] / В.И. Борисевич, Г.А. Кандаурова, Н.Н. Кандауров [и др.] ; под общ. ред. В.И. Борисевича, Г.А. Кандауровой. – Мн. : Интерпресссервис ; Экоперспектива, 2001. – 380 с.
5. Клейнер, Г.Б. Производственные функции: теория, методы, применение / Г.Б. Клейнер. – М. : Финансы и статистика, 1986. – 239 с.

Симків Л.Є., Даляк Н.А. Влияние инвестиционных процессов на экономический рост в Украине

Аннотация. В статье исследована роль инвестиций в экономике Украины и их влияние на экономический рост. Обосновано, что темпы экономического роста

системы любого уровня (национального или регионального) определяются степенью инвестиционной активности. Построена модель взаимосвязи и зависимости между объемами и динамикой ВВП и объемами и динамикой инвестиционных ресурсов.

Ключевые слова: инвестиции, валовой внутренний продукт, инвестиционный климат, метод экстраполяции, модель Кобба-Дугласа.

Simkiv L.Ye., Daliak N.A. Influence of investment processes on economic increase in Ukraine

Summary. It is researched the role of investments in Ukrainian economy and their influence on economic increase. It is motivated that the rates of economic growth of the system of any level (national or regional) are determined by the investment activity level. It is made up the model of correlation and dependence between amount and dynamics of gross home output, and amount and dynamics of investment resources.

Keywords: investment, gross home output, investment climate, method of extrapolation, Cobb-Duglas model.

Холоменюк І.М.,

старший викладач кафедри менеджменту,
Черкаський державний технологічний університет

ДЖЕРЕЛА ТА ПРОБЛЕМИ ФІНАНСУВАННЯ РОЗВИТКУ МАЛОГО ТА СЕРЕДНЬОГО БІЗНЕСУ: ВІТЧИЗНЯНИЙ ТА ЗАКОРДОННИЙ ДОСВІД

Анотація. У статті досліджено закордонний досвід фінансування малого та середнього бізнесу. Проаналізовано програми з фінансування та підтримки малого і середнього бізнесу, які реалізуються в Україні в рамках діяльності міжнародних фінансових організацій. Сформовано пріоритетні напрями розвитку системи мікрофінансування в Україні. Визначено роль малого і середнього бізнесу в розвитку економіки країни. Виділено проблеми фінансування бізнесу в Україні.

Ключові слова: фінансування малого і середнього бізнесу, міжнародні фінансові організації, мікрофінансування, фінансово-кредитні установи, розвиток малого та середнього бізнесу, зовнішні джерела фінансування.

Постановка проблеми. Однією з актуальних та важливих проблем економіки України є підвищення темпів розвитку економіки в цілому та рівня конкурентоспроможності регіонів зокрема. Вирішити дану проблему можна за рахунок підтримки та розвитку бізнесу, адже він є важливою ознакою існування ринкової економіки. Бізнес завжди розглядають як одну з основ сучасної ринкової економіки. Розвиток бізнесу, зокрема малого і середнього, відіграє важливу роль в економіці країни, між ним та економічним розвитком країни спостерігаються тісний зв'язок та пряма залежність. Рівень розвитку малого і середнього бізнесу прямо залежить від насичення ринку товарами та послугами, кількістю безробітних та рівня життя населення. Активізація та підтримка малого і середнього бізнесу є одним із напрямів, що забезпечує подолання економічної кризи та її наслідків для країни. Прикладом цього є бурхливий розвиток малого і середнього бізнесу, який був орієнтований на високо-технологічну діяльність, що, своєю чергу, сприяв розвитку економік країн США та ЄС наприкінці минулого століття. Актуальність досліджень полягає в тому, що малий і середній бізнес вирішує багато економічних та соціальних проблем країни.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблема формування джерел фінансового забезпечення малого бізнесу заслуговує увагу та досліджується багатьма вченими. Значний внесок у висвітлення різних теоретичних і практичних аспектів даного питання зробили такі вітчизняні вчені, як: П.Ю. Буряк, М.Д. Білик, О.М. Біломістний, З.С. Варналій, О.В. Крохмаль, М.І. Крупка, С.К. Реверчук, Р.А. Слав'юк та ін.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Віддаючи належне розробкам усіх учених, що досліджували дану проблематику, можна зазначити, що питання проблем пошуку джерел фінансування малого бізнесу потребує подальшого дослідження.

Мета статті полягає у дослідженні джерел фінансування розвитку малого бізнесу та проблем, які з цим пов'язані.

Виклад основного матеріалу дослідження. Аналізуючи проблеми розвитку малого і середнього бізнесу в Україні, слід

відзначити, що основною з них є проблема недостатності фінансування. Ця проблема є актуальною не лише в нашій країні, але й у решті країн, зокрема і в економічно розвинених. Для розв'язання даного питання більшість країн забезпечують сприятливі законодавчі умови щодо створення фінансової інфраструктури. Малий і середній бізнес у більшості країн при цьому фінансується переважно за рахунок невеликих банківських установ, а саме: банків взаємного кредитування, кооперативних банків, які спеціалізуються здебільшого на кредитуванні середніх і дрібних підприємств та за рахунок міжнародних програм допомоги. Такі установи задовольняють потреби бізнес-структур у наданні різноманітних послуг, зокрема кредитуванні, лізингу, консультацій із фінансових питань, інвестуванні та ін.

Україні для вирішення питань фінансування потрібно за основу брати позитивний досвід країн ринкової економіки. Для прикладу, в Японії для підтримки та розвитку малого бізнесу було запроваджено спеціальне оподаткування для окремих видів діяльності, налагоджена система страхування бізнесу, надано підтримку бізнесу, що займається новітніми розробками та технологіями. Результатом такої діяльності є те, що промислове будівництво Японії на 40% забезпечене тільки за рахунок малого підприємництва. У країнах ЄС для фінансування малого і середнього бізнесу залучають спеціальні фонди, такі як Соціальний фонд та Фонд регіонального розвитку, а також асоціації малого бізнесу та торгівельно-промислові палати. У США основним джерелом фінансування малого і середнього бізнесу під час реалізації інвестиційно-інноваційних проєктів є фонди та венчурні компанії, діяльність яких не є привабливою в українських умовах, оскільки така діяльність фактично не регламентована в законодавстві України.

В умовах кризової ситуації в Україні фінансово-кредитні установи не готові фінансувати повною мірою малий та середній бізнес, тому активну роль у кредитуванні бізнесу почали відігравати міжнародні фінансові організації. Отримати кредит від таких організацій – досить важкий та тривалий процес, проте він вигідний для підприємців, адже сума, яку можна отримати, є досить великою та з малими відсотками за користування кредитом. Перелік та опис програм наведений у табл. 1.

Держава виконує роль посередника між малим і середнім бізнесом та міжнародними фінансовими установами, адже надає консультації та сприяє співробітництву з такими міжнародними організаціями.

Розглядаючи структуру сектору малого бізнесу в Україні, можна зазначити, що переважну більшість у ній займають фізичні особи – підприємці, для яких можна використати мікрофінансування як механізм фінансової підтримки суб'єктів підприємництва. У світі такий механізм є одним з ефективних та пріоритетних напрямів кредитування для підприємців, а

особливо для тих, хто тільки започатковує свій бізнес. Організації, що займаються мікрофінансуванням, готові надавати кредити для підприємців із нульовим стажем діяльності, від яких відмовляється банк через занадто високі ризики неповернення коштів [5].

Аналізуючи закордонний досвід, можна зробити висновок, що основним пріоритетом розвитку доступної, зручної, соціально спрямованої та гнучкої системи мікрофінансування в Україні є:

- стимулювання фінансово-кредитних установ, а саме комерційних банків, кредитних спілок, лізингових компаній та товариств взаємного кредитування, до розширення послуг із мікрокредитування малого і середнього бізнесу;
- спрощення порядку надання кредитів, зменшення відсотків за користування кредитами, збільшення строку користування кредитами, що в результаті приведе до забезпечення сприятливих умов для отримання мікрокредитів підприємцями;
- підтримка та врегулювання нормативних відносин між фінансово-кредитними установами та клієнтами;
- підтримка та розвиток фінансово-кредитних установ;
- дослідження та використання закордонного досвіду у сфері мікрокредитування;

- вдосконалення нормативно-правових актів у сфері кредитування фінансово-кредитними установами;
- вдосконалення механізму одержання мікрокредитів за рахунок підтримки малого і середнього бізнесу державними установами;
- розробка національної програми з мікрокредитування;
- розробка системи інформаційно-освітнього забезпечення підприємців у сфері кредитування [2, с. 6].

Найбільш зацікавленою у розвитку малого і середнього бізнесу завжди є держава. Роль держави полягає у забезпеченні розвитку і підтримці малого і середнього бізнесу за рахунок надання пільгових кредитів, стимулювання фінансових установ, переорієнтації бюджетних коштів, забезпечення гарантіями, використання іноземної допомоги та підтримки розвитку страхового ринку.

В Україні в практиці державної підтримки використовують пряме державне фінансування та пряме державне кредитування. Обсяг фінансування розрізняють залежно від етапу розвитку підприємства:

1. На етапі створення підприємства використовується фінансове забезпечення інвестиційної діяльності.
2. Налагодження діяльності підприємств у перші роки діяльності.

Таблиця 1

Міжнародні фінансові організації, що діють в Україні

Міжнародні фінансові організації	Назва програми	Опис програми
Міжнародна фінансова корпорація (International Finance Corporation)	Ukraine Sustainable Energy Finance Program	Метою програми є забезпечення фінансами та підтримка бізнесу, діяльність якого спрямована на енергоефективність.
	Ukraine Resource Efficiency Program	Метою програми є збільшення кількості інвестицій в бізнес та ресурсозберігаючі технології
	IFC Ukraine Residential Energy Efficiency Project	Метою програми є фінансування модернізації житлового сектору за рахунок використання економічних енерготехнологій
	Ukraine Agri-Insurance Development Project	Програма спрямована на підтримку та розвиток страхування агробізнесу. Програма фінансується за підтримки Міністерства закордонних справ, торгівлі та розвитку Канади
	Ukraine Agri-Finance Project	Програма має за мету фінансування агробізнесу та підтримку сільськогосподарського виробництва в Україні. Також програма передбачає консультативну допомогу з питань потенціалу агробізнесу
Європейський банк реконструкції та розвитку (European Bank for Reconstruction and Development (EBRD))	The Eastern Partnership SME Finance Facility	Метою програми є кредитування малого і середнього бізнесу в умовах фінансової кризи
	ЄБРР	Метою програми є кредитування бізнесу в Україні незалежно від розміру
Німецько-український фонд	Програма мікрокредитування	Метою програми є фінансування сфери послуг, торгівлі, агробізнесу, сфера послуг, але за умови, що це мікропідприємства, фізичні особи – підприємці або середній бізнес. Відповідно до програми максимальний розмір кредиту становить € 25 000 (для фізичних осіб – підприємців і мікропідприємств), € 100 000 (для малих підприємств), € 250 000 (для середніх підприємств). Термін кредитування за умовами програми становить: - 3 роки для фінансування оборотного капіталу; - 5 років (для фінансування інвестицій в основні засоби)
	Програма рефінансування агросектору	Метою програми є фінансування виробництва, агробізнесу, торгівлі та сфери послуг. Основною умовою участі в програмі підприємств є те, що кредитування поширене на малий та середній бізнес у місцевості, де чисельність населення не перевищує 100 тис. Відповідно до програми, максимальний розмір кредиту становить € 250 000. Термін кредитування за умовами програми становить 3 роки (для фінансування оборотного капіталу) та 5 років (для фінансування інвестицій в основні засоби)
Німецький державний банк розвитку (KfW)	European Fund for Southeast Europe	Метою програми є широкий спектр фінансування бізнесу

3. Підтримка інвестиційної діяльності підприємства малого і середнього бізнесу, що займаються інноваційною діяльністю.

4. Фінансове забезпечення підприємця на етапі виживання та стабілізації діяльності підприємства [3, с. 40].

Розвиток малого підприємництва є одним із дієвих та головних важелів розв'язання економічних та соціальних проблем, які виникають у сучасних умовах трансформації економіки. Проте в практиці господарювання вітчизняних малих та середніх підприємств слід відмітити, що вони ще не посіли свого належного місця відповідно до світового досвіду ринкових перетворень. Однією з проблем, які перешкоджають активізації розвитку малого та середнього підприємництва в Україні, передусім є недостатність фінансових ресурсів для ефективного функціонування бізнесу. Малий і середній бізнес через обмеженість власних джерел фінансування змушений шукати зовнішні джерела фінансування та підтримку з боку держави.

До таких зовнішніх джерел фінансування підприємств малого та середнього бізнесу в Україні можна віднести: кошти комерційних банків та фінансових компаній, кошти державного або місцевого бюджетів, спеціальних вітчизняних та міжнародних фондів підтримки та розвитку малого і середнього бізнесу, міжнародних банків. За рахунок таких зовнішніх джерел малий і середній бізнес може отримати: гарантії з боку держави, кредити від різного роду установ, цільове бюджетне фінансування, лізинг, франчайзинг страхування та субсидування [1]. Це дасть змогу малому і середньому бізнесу закріпити свої позиції на ринку, нарощувати вартість та розвиватись, адже він має бути рушійною силою для зростання економіки регіонів та країни в цілому.

На малий та середній бізнес в Україні покладаються великі завдання по соціальних та економічних перетвореннях в економіці країни. Він може швидко реагувати на фактори, що впливають на його діяльність. Наприклад, таких факторів, як світова фінансова криза, погіршення економічної ситуації та в даний час складної ситуації на сході України. Такий різновид бізнесу також має змогу оперативно реагувати на зміну кон'юнктури ринку, адже попит завжди породжує пропозицію [8].

У країнах Європейського Союзу малий та середній бізнес у ВВП займає досить велику часту – 40–67%. При цьому даний показник в Україні сягає лише 5–7%. Саме така мала частина малого і середнього бізнесу у ВВП свідчить про те, що держава не забезпечує достатньої підтримки і розвитку підприємств та, своєю чергою, не сприяє зміцненню середнього класу. Для прикладу, в європейських країнах частка малого бізнесу є значно вищою: в Італії суб'єкти малого та середнього бізнесу створюють 60% національного валового продукту, у Данії – 80%, а в середньому по всій Західній Європі – 63–67% [7].

В умовах економічної кризи проблеми фінансування функціонування суб'єктів господарювання набувають першочергового значення. Особливо гостро дане питання постає перед суб'єктами малого бізнесу насамперед через обмеженість власних коштів для фінансування [4], адже у підприємства постійно зростають потреби в оновленні та модернізації основних виробничих фондів, поновленні обігових коштів, вихід на нові ринки збуту, збільшенні потужностей та підвищенні кваліфікації працівників.

Дану проблему можна вирішити за допомогою зовнішніх джерел фінансування, зокрема за рахунок кредитування. Проте і тут виникають проблеми, які гальмують розвиток кредиту-

вання малого і середнього бізнесу в Україні. До такого роду проблем відносять:

- високий ризик неповернення кредитів підприємцями;
- «тіньову» діяльність суб'єктів підприємництва;
- високу вартість кредитів;
- жорсткі умови отримання кредитів;
- недостатню економічну та юридичну грамотність підприємців;
- малий строк користування кредитом;
- можливість зростання відсотків за користування кредитом у нестабільних економічних умовах та ін.;
- недостатність стартового капіталу у підприємств;
- відсутність якісних бізнес-планів;
- відсутність кредитної історії у підприємств-початківців (стартапів);
- невідповідність фінансової звітності підприємств, які працювали за спрощеною системою оподаткування, вимогам банків (у цьому випадку можливе надання кредиту як фізичній особі, під заставу);
- неплатоспроможність деяких підприємств;
- законодавчу неврегульованість на ринку мікрофінансування.

Враховуючи зазначені проблеми фінансування малого та середнього бізнесу в Україні, до першочергових завдань слід віднести:

- регулювання з боку держави ставок рефінансування та зменшення вартості банківських кредитів із боку Національного банку України з метою подальшого здешевлення кредитів для малого та середнього бізнесу;
- розвиток лізингу, що дасть змогу підприємцям розвиватися та нарощувати свої потужності;
- створення та активізація бізнес-інкубаторів, інвестиційних фондів, інноваційних фондів, бізнес-центрів та технопарків, які будуть підтримувати підприємств та створюватимуть умови для залучення іноземних інвестицій в Україну [6].

Крім того, для розв'язання проблем у сфері фінансування малого та середнього бізнесу слід розробити та реалізувати такі заходи: розвиток фондового ринку; вдосконалення інфраструктури фінансово-кредитного ринку; розвиток венчурного бізнесу; посилення співпраці з міжнародними організаціями та фондами, які підтримують та забезпечують розвиток малого та середнього бізнесу як із боку банківських установ, так і державних регулюючих органів; збільшення коштів, які передбачені у державному бюджеті на компенсацію відсотків, сплачених суб'єктами господарювання комерційним банкам за кредитами, що отримані на реалізацію інвестиційних проектів.

Висновки. Отже, у сучасних умовах господарювання необхідним є покращання інвестиційного клімату малого та середнього бізнесу, створення прозорої, стабільної та справедливої системи національного законодавства для залучення постійного потоку іноземного капіталу в Україну та залучення коштів із зовнішніх джерел фінансування.

Крім того, стимулювання розвитку та підтримка кредитування малого і середнього бізнесу в Україні потребує таких заходів: спрощення механізму отримання кредитів підприємцями; сприяння розвитку небанківських фінансових установ; розробка та державна підтримка програм із мікрокредитування; вдосконалення механізму підтримки та розвитку малого і середнього бізнесу; пільгове оподаткування для підприємств, що займаються інноваційною діяльністю; розробка державної програми пільгового фінансування малого і середнього бізнесу.

Література:

1. Барбакова Л.В. Фінансові інструменти і проблеми залучення фінансових засобів у малий і середній бізнес / Л.В. Барбакова // Економіка та управління підприємствами машинобудівної галузі: проблеми теорії та практики. – 2008. – № 4(4). – С. 102–111.
2. Богун К.В. Удосконалення фінансової інфраструктури малого підприємництва в межах державно-приватного партнерства / К.В. Богун // Вісник Криворізького економічного інституту КНЕУ. – 2010. – № 3. – С. 104–108.
3. Васківська К. Фінансово-економічний механізм розвитку малого підприємництва / К. Васківська, І. Петрик, С. Ярмольський // Вісник ДАУ. – 2013. – Вип. 20–23. – С. 135–140.
4. Калініченко Л., Кобзистий С. Актуальні проблеми фінансування підприємств малого та середнього бізнесу в сучасних умовах / Л.Л. Калініченко, С.М. Кобзистий // Економічний форум. – 2013. – № 2. – С. 1–8.
5. Касьян О.Ю. Фінансування малого бізнесу в Україні: проблеми та можливості розширення / О.Ю. Касьян // Управління розвитком. – 2013. – № 5. – С. 85–87.
6. Ломачинська І.А. Формування джерел фінансового забезпечення розвитку суб'єктів малого підприємництва / І.А. Ломачинська // Вісник ОНУ імені І.І. Мечникова. – 2012. – Т. 17. – Вип. 3–4. – С. 37–43.
7. Ломачівська І.А. Формування джерел фінансового забезпечення розвитку суб'єктів малого підприємництва / І.А. Ломачівська // Вісник Одеського національного університету імені І.І. Мечникова. – 2012. – № 3–4. – С. 37–43.

Холоменюк І.М. Источники и проблемы финансирования развития малого и среднего бизнеса: отечественный и зарубежный опыт

Аннотация. В статье исследован зарубежный опыт финансирования малого и среднего бизнеса. Проана-

лизированы программы по финансированию и поддержке малого и среднего бизнеса, которые действуют в Украине в рамках деятельности международных финансовых организаций. Сформированы приоритетные направления развития системы микрофинансирования в Украине. Определена роль малого и среднего бизнеса в развитии экономики страны. Выделены проблемы финансирования бизнеса в Украине.

Ключевые слова: финансирование малого и среднего бизнеса, международные финансовые организации, микрофинансирование, финансово-кредитные учреждения, развитие малого и среднего бизнеса, внешние источники финансирования.

Holomeniuk I.M. Sources and problems of financing development of small and medium business: domestic and foreign experience

Summary. The article studies foreign experience of financing of small and medium-sized businesses. Analyzed programs for financing and support small and medium-sized businesses, which operate in implemented in Ukraine in the framework of the international financial institutions. It formulates priority directions of development of the microfinance system in Ukraine. Defines the role of small and medium enterprises in the economic development of the country. Selected problems of business financing in Ukraine.

Keywords: the financing of small and medium businesses, international financial institutions, micro-finance, financial-credit institutions, development of small and medium-sized businesses, external sources of financing.

ДЕМОГРАФІЯ, ЕКОНОМІКА ПРАЦІ,
СОЦІАЛЬНА ЕКОНОМІКА І ПОЛІТИКА

*Химра О.В.,
к.е.н., доцент,
доцент кафедри управління персоналом і економіки праці,
Хмельницький національний університет*

СИНЕРГЕТИЧНІ АСПЕКТИ СТВОРЕННЯ ТА ФУНКЦІОНУВАННЯ УПРАВЛІНСЬКОЇ КОМАНДИ

Анотація. У статті узагальнено теоретико-методологічні аспекти командного менеджменту. Виконано порівняльний аналіз проявів організації і самоорганізації під час створення й розвитку команди. Визначено роль ціннісно-цільового обміну, соціального капіталу й емоційної культури в процесі генерування синергізму командної праці. Обґрунтовано біфуркаційний характер трансформації ієрархічної організаційної структури в гетерархічну, що характеризується одночасним існуванням на підприємстві певної кількості тимчасових і постійних команд. Обґрунтовано можливість отримання синергічного ефекту завдяки ефективному функціонуванню управлінської команди під час виконання інтелектуальних завдань, пов'язаних із пошуком інноваційних ідей. З'ясовано передумови зростання ентропії командної праці та шляхи її подолання.

Ключові слова: біфуркація, емоційний капітал, ентропія, колективний інтелект, командний менеджмент, синектика, синергічний ефект, синтелектика, соціальний капітал, управлінська команда.

Постановка проблеми. Однією з важливих ознак інноваційного управлінського мислення є стійка орієнтація на формування управлінських команд. На сучасному етапі розвитку менеджменту відбувається перенесення акценту з поведінки менеджерів і підлеглих їм працівників на діяльність багатофункціональних команд і робочих груп, зосереджених на реалізації комплексних проектів. Отже, закономірним є становлення нової форми управління – командного менеджменту, що базується передусім на процесі делегування повноважень. Застосування такого підходу дає змогу, принаймні теоретично, скоротити кількість рівнів управління (вертикальна, або ієрархічна, структура стає більшою мірою горизонтальною, або гетерархічною), а також підвищити рівень задоволеності працею в тих працівників, які мають належний рівень креативності і схильні до роботи в складі команди. З іншого боку, впровадження командного менеджменту у практичну діяльність підприємств пов'язане з низкою об'єктивних і суб'єктивних труднощів, без подолання яких досягнення високої ефективності може стати неможливим.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Теоретико-методологічні і прикладні аспекти командного менеджменту досліджені в наукових працях багатьох учених. Зокрема, Н.А. Мажник і Н.В. Шульга проаналізували теоретичні підходи до визначення сутності поняття «команда» [1]; Т.О. Башук і М.О. Хижняк дослідили специфіку управління конфліктами в креативному колективі [2]; О.Є. Кузьмін і О.О. Горячка акцентують увагу на специфіці діяльності інноваційних креативних колективів на машинобудівних підприємствах [3]; С.Я. Салига та О.В. Корнієнко пропонують визначати рівень ефективності управлінської команди залежно від стадій її життєвого циклу [4];

Д.В. Тимошенко обґрунтовує доцільність створення команд із метою інтенсифікації інтелектуальної праці персоналу [5]; І.Г. Шавкун досліджує аксіологічний вимір командного менеджменту [6]; О.М. Остапенко та О.Ю. Ситник проаналізували основні методи формування ефективних управлінських команд на авіаційних підприємствах [7]. Досить різнобічно проблеми управління командами розглядаються у працях Л. Томпсона [8], Т. Зінкевич-Євстигнєвої, Д. Фролова, Т. Грабенко [9], Р. Аблязова, Г. Падурця, І. Чудаєвої [10] та інших науковців.

Варто звернути увагу на появу значної кількості наукових публікацій, присвячених обґрунтуванню перспектив застосування синергетики для підвищення ефективності використання людських ресурсів. Зокрема, І.М. Данилюк-Черних та В.П. Петренко досліджують управління використанням інтелектуального потенціалу людських ресурсів на засадах синтелектики і синергізму [11]; В.М. Марченко ідентифікує рівні і чинники самоорганізації трудового колективу [12]; М.В. Тоба пропонує застосовувати синергетичний підхід для вивчення моделей групового впливу [13].

Як зазначають А. Поляська та С. Афонькін, «питання підвищення здатності й готовності суб'єктів управлінського процесу до взаємодії в ході формування й прийняття рішень на всіх рівнях управління є на часі. Очікування позитивних результатів у процесі колективного підходу до розв'язання господарських питань є мотиватором до дослідження явища синергії» [14, с. 84]. Синергічний ефект генерують люди, які готові слухати, уміють оцінювати різницю в поглядах на одні й ті ж самі явища та намагаються скористатись перевагами відмінностей у них для досягнення організаційних цілей. Уміння формувати й реалізувати синергічні ефекти розглядається як вища компетенція, якою повинен володіти менеджер.

Як стверджує Ю.О. Верста, командна діяльність – це потужний інструмент, який дає змогу досягти синергії, що сприяє максимальній продуктивності у ході розв'язання спільних завдань. Цей ефект відображається на всіх етапах процесу прийняття командних рішень та забезпечує не просто вибір оптимального з них, але й творчий, нестандартний підхід до справи [15].

У 1976 р. Н.А. Колтер, досліджуючи синергізм людського розвитку, ввів такі поняття, як індивідуальний, груповий і соціальний синергізм, підґрунтям яких виступає синергетична взаємодія, коли «людська істота природно діє таким чином, щоб не тільки досягати своїх власних цілей, а й по мірі можливостей сприяти досягненню цілей іншими» [16, с. 11–12]. Ключовим моментом у досягненні синергізму вважається здатність до комунікацій, обміну ідеями [17, с. 248]. Зокрема, з цієї позиції директор підрозділу філософії та етики ЮНЕСКО Йерсу Кім інтерпретував «спільну роботу» («синергію») між людьми або структурами в «інтелектуальному просторі» («точці зустрічі

людей і умів») як засіб трансформації багатьох розрізнених голосів («poly-phony») у «вищий рівень гармонії» – симфонію («symphony») [18].

О.В. Чернецька дійшла висновку, що «отримання синергетичного ефекту в системі управління можливе через краще узгодження цілей фірми та її підрозділів, оптимізацію організаційної структури, освоєння нових методів планування та впровадження інноваційних методів управління» [19, с. 764]. Як стверджує Н.В. Ревуцька, «синергійного ефекту можна досягти, вміло об'єднавши навички і знання групи людей у компанії таким чином, щоб вони взаємно посилювалися. Умовою появи синергії є створення умов для емоційного залучення людей, оптимальна структуризація групи і рольовий розподіл її членів» [20, с. 292]. У дослідженні Л. Фаткіна та К. Морозової також простежується думка, що ефективна командна взаємодія породжує синергійний ефект, коли фізичні й інтелектуальні зусилля одного «множаться» на зусилля інших і згуртована команда виявляється спроможною виконувати завдання, неспосильні для звичайної робочої групи фахівців [21].

На думку М.М. Шестерняк, «синергетичний ефект у сфері управління проявляє себе, коли для прийняття управлінського рішення збираються керівники з подібними поглядами, які доповнюють один одного та разом досягають високих результатів» [22, с. 70]. На цьому ґрунті виникає так званий управлінський (командний) синергізм, під яким І. Горбась розуміє результат «об'єднання управлінських здібностей керівного складу партнерів (команди) та отримання диференційованої ефективності, коли змінюються види, форми, інструменти та процедури загальноорганізаційного й оперативного управління «на місцях» для підвищення його якості» [23, с. 60].

Під ефектом інтелектуальної синергії як наслідком концентрованого управлінського об'єднання і використання інтегрального інтелектуального потенціалу людських ресурсів прийнято розуміти «спільну інтелектуальну дію», якій Ю. Канигін дав визначення «сінтелектики» – «науки про функціонування колективного інтелекту, який створює специфічний ефект акумуляції творчих (інтелектуальних) елементів складної системи, наділеної розумом (когнітивним рівнем)» [24, с. 37–38].

Отже, не викликає сумніву твердження, що поява ефекту синергізму можлива лише в ситуаціях, «коли зростає роль співробітництва, партнерства в процесі вирішення управлінських ситуацій, коли керівники уміють успішно використовувати переваги спільної роботи, враховуючи конкретні обставини діяльності» [25, с. 265]. Якщо ж на підприємстві ухвалене рішення про впровадження концептуальної моделі синергетичного менеджменту, то, на думку Г.З. Шевцової, «потрібні кардинальна структурно-функціональна перебудова, реформування усієї системи внутрішніх і зовнішніх зв'язків та гармонійне поєднання організації і самоорганізації. І саме на цій основі забезпечується формування та реалізація високого синергетичного потенціалу виробничо-економічної системи в цілому» [26, с. 152].

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Незважаючи на наявність низки досліджень, синергетичні аспекти функціонування управлінських команд досі потребують більш глибокого обґрунтування, зокрема в контексті оцінювання ролі синергізму у прийнятті ефективних (або, навпаки, недостатньо ефективних) групових рішень.

Мета статті полягає в обґрунтуванні логіки отримання синергетичного ефекту в результаті створення на підприємстві управлінської команди.

Виклад основного матеріалу дослідження. Єдиного уніфікованого тлумачення терміна «управлінська команда» не існує, однак, по суті, це група керівників різного рівня, пов'язаних неформально єдністю розуміння перспективи організації і методів її досягнення, які проводять у своїх колективах єдину злагожену політику з досягнення поставлених цілей. Управлінська команда складається з топ-менеджерів, тобто це певна група людей, які відповідають за постановку та успішну реалізацію завдань стратегічного розвитку компанії [7, с. 542]. Оскільки управлінська команда повинна бути динамічною, для учасників стає важливим не тільки емоційне об'єднання і досягнення результату в рамках виконання управлінських завдань, але й уміння швидко реагувати на зміни, що відбуваються в організації.

Оцінювання функціонування управлінської команди часто здійснюють за формулою Штейнера [8, с. 84]:

$$ФП = ПП + С - 3, \quad (1)$$

де *ФП* – фактична продуктивність; *ПП* – потенційна продуктивність; *С* – синергізм; *3* – загрози діяльності.

Із формули (1) видно, що фактична продуктивність команди обумовлюється трьома факторами: потенційною продуктивністю, синергізмом та загрозами. Потенційна продуктивність, своєю чергою, залежить від таких чинників: вимоги, що ставляться завданням, яке команді необхідно виконати; ресурси (компетенції, якими наділений керівник, та інструменти, використовувані ним у своїй діяльності); алгоритм виконання дій для досягнення поставленої мети. Синергізм відображає те, що може покращитись за рахунок командної праці порівняно з індивідуальною ($1+1>2$). Загрози – це помилки взаємодії команди, які можуть виникнути в разі існування недоліків координації чи мотивації ($1+1<2$). Таким чином, завданням вищого керівництва є створення умов для виникнення синергізму і попередження можливих загроз.

Слід зауважити, що ефект синергізму командної праці базується на максимальному використанні людського фактора. Як зазначають Т.Д. Зінкевич-Євстигнеєва, Д.Ф. Фролов та Т.М. Грабенко, це здійснюється за рахунок: а) необмеженої інтенсифікації праці (команда сама нормує свій робочий час залежно від темпів досягнення поставленої цілі); б) скорочення втрат робочого часу шляхом досягнення високого рівня організації праці (взаємозамінність, підвищена особиста ініціатива, активне взаєморозуміння, раціональний розподіл ролей); в) використання колегіальних форм прийняття рішень, що підвищує мотивацію та самовіддачу всіх членів команди [9, с. 10].

Хоча ефективну команду можна охарактеризувати загальноприйнятими критеріями ефективності будь-якої організаційної структури, є специфічні риси, властиві тільки команді. Насамперед це націленість усіх учасників на кінцевий результат, ініціатива і творчий підхід до виконання завдань; з іншого боку, у команді повинне вітатися розмаїття підходів до виконання завдань. Загалом, як зазначає І.Г. Шавкун, члени ефективної команди мають бути однодумцями за трьома ключовими моментами їх взаємодії: ясність цілей та єдність розуміння методів її досягнення; єдність мотиваційних стимулів; єдність цінностей і ціннісних орієнтацій [6].

Отже, більшість команд в організаціях є гетерогенними за одними показниками й гомогенними – за іншими. Вважається, що саме індивідуальні відмінності є джерелом потенційних переваг у спільних рішеннях. Зокрема, на думку Ю.О. Версти, розмаїття командних ролей дає змогу ефективніше розв'язу-

вати спільні завдання та досягати синергійного ефекту; модель ефективної командної праці передбачає рольову доповнюваність та гнучкість (ротацію ролей залежно від ситуації) [15].

Однією з важливих характеристик команди є наявність спільної мети або комплексу цілей, що здебільшого визначаються самостійно членами команди, а також усвідомлюються ними і приймаються на емоційному рівні. Принципи взаємодії, які спільно визначаються членами команди, орієнтовані не лише на досягнення цілей команди, але й на створення умов для задоволення особистісних інтересів її членів, їх самореалізації. Ролі в команді також задаються зсередини з урахуванням мети, індивідуальних особливостей членів команди та інших чинників. Команда має відкриту рольову структуру, але входу нових членів має певну обмеженість, оскільки враховується насамперед відповідність претендентів меті діяльності команди, принципам взаємодії в ній, очікуванням її членів. Загалом, у команді, на відміну від будь-якої іншої організації, внутрішні зв'язки є найбільш сильними, оскільки діяльність здійснюється не на відносинах підпорядкування, а на відносинах партнерства і співробітництва.

Розглянуті загальні риси команди, на нашу думку, цілком відповідають ознакам складних систем, здатних до самоорганізації та генерування ефекту емерджентності (табл. 1). Ефективну команду часто порівнюють із «рефлексивною самоорганізацією», що передбачає гармонійний баланс між дією та рефлексією. Саме цей баланс забезпечує оптимальність активності та її усвідомлення з точки зору ступеня досягнення поставлених цілей [15].

Найбільш традиційною з погляду організації і форми внутрішнього управління є команда, керована менеджером (manager-led team). У таких командах менеджер діє як лідер і відповідає за визначення цілей, методів їх досягнення і функціонування команди. Ця команда забезпечує ефективність до тих пір, поки авторитет керівника-лідера незаперечний і приймається членами команди майже на підсвідомому рівні. Водночас їй властиві недоліки, притаманні автократичному стилю управління, зокрема розсіювання відповідальності і підпорядкованість одній людині. У самокерованій команді (self-managing) менеджер визначає загальну мету команди, але команда користується свободою вибору методів для досягнення цієї мети. Члени самокерованої команди ухвалюють рішення щодо графіка роботи, розподілу завдань, здійснення навчання, оцінювання виконання роботи, відбору нових членів команди і контролю якості. При цьому члени команди володіють різними навичками і можуть виконувати різні функції, а отже, їх загальний досвід дає змогу виконувати масштабні організаційні завдання. Синергічна ефективність самокерованих команд проявляється у підвищенні продуктивності праці, гнучкості у випуску продукції і більш швидкій реакції на технологічні зміни, зниженні показників абсентеїзму і плинності кадрів, поліпшенні ставлення до праці й якості трудового життя. Цілеспрямовані (self-directing), або самопроектовані (self-designing) команди самі визначають свої завдання і методи їх виконання. Такі команди мають максимальний потенціал для новаторства, посилюють прихильність цілям і мотивацію, надають можливості для організаційного навчання і змін. Самоорганізовані команди відповідають за виконання

Таблиця 1

Порівняльний аналіз ознак організації й самоорганізації в процесі створення та функціонування команд на підприємстві

Критерії порівняння	Організація традиційної команди	Самоорганізація управлінської команди
Формулювання цілей	Формальне сприйняття цілей, задекларованих вищим керівництвом	Партисипативний підхід до постановки цілей забезпечує їх сприйняття учасниками на мотиваційному та емоційному рівнях
Характер виконуваних завдань	Традиційні, стандартні, структуризовані	Проблемні, творчі, неструктуризовані
Зв'язок із зовнішнім середовищем	Відносна відособленість	Відкритість, метаболізм (активний обмін матеріально-енергетичними ресурсами та інформацією)
Принципи взаємодії учасників	Встановлюються керівництвом	Розробляються колегіально; націлені на задоволення потреб учасників у саморозвитку, самореалізації
Норми поведінки	Встановлюються в рамках чинної дисциплінарної політики та контролюються адміністрацією	Передбачається утворення специфічної командної субкультури на засадах ефективного ціннісного обміну та утворення «метацінностей»
Розподіл ролей	На основі технологічного процесу	З урахуванням психологічних властивостей та типу інтелекту учасників команди
Лідерство	Зазвичай поєднання формального і неформального лідера в одній особі	Роль лідера є перехідною та ситуативною
Мотивування	Визначальна роль стимулів, наданих керівництвом	Домінування внутрішніх спонукальних сил
Делегування повноважень та відповідальності	Відповідно до прийнятого в організації стилю керівництва	Свобода організаційного маневру, високий рівень відповідальності
Очікувані результати	Своєчасне й якісне виконання поставленого завдання	Креативний підхід до справи, досягнення синергійного ефекту від обміну ідеями, якісне оновлення всієї системи управління
Ризики зниження ефективності	Скованість ініціативи, надто низький рівень ентропії та інноваційних імпульсів	Негативний синергізм у формі групового (некритичного) мислення, що обумовлює надмірне зростання ентропії

завдання, як правило, створюючи для цього організаційний комітет. Вони беруть на себе максимальний ступінь контролю і відповідальності. Метою створення таких команд є розробка рішень щодо зниження собівартості, вдосконалення технології, вирішення соціальних питань або поліпшення відносин між підрозділами [10, с. 30–34].

Незважаючи на наявність потенційного синергізму в командах, яким притаманні ознаки самоорганізації й самоуправління, перешкодою для його втілення у синергізм реальний можуть стати такі моменти: 1) структурні зміни у класифікації робочих завдань і рівнях управління спричиняють опір із боку співробітників, які звикли до більш традиційних форм організації праці; 2) створення цілеспрямованих команд потребує багато часу, часто супроводжується конфліктами і пов'язане зі значними витратами; 3) самоорганізовані команди характеризуються величезним ризиком вибору невдалого напрямку розвитку (програшного аттрактора).

Під час розгляду питання про оптимальне співвідношення організації та самоорганізації у командній праці необхідно робити акцент на системі орієнтирів (командній карті) – так званих межах відповідальності, або рамках свободи. Система орієнтирів для команди повинна включати в себе компоненти як нормативного, так і ціннісно-цільового характеру: команда повинна добре уявляти, як її цілі узгоджуються із загальноорганізаційними цілями, наскільки її рішення співвідносяться з базовими цінностями організації. А отже, для підвищення ефективності командного менеджменту величезного значення набуває вивчення впливу ціннісного аспекту взаємодії членів управлінських команд на продуктивність організації [6].

Суть ціннісного обміну полягає у здійсненні учасниками міжособистісної взаємодії обопільних ціннісних внесків відносно один одного, наслідком чого є обопільне задоволення певних соціальних потреб взаємодіючих суб'єктів шляхом надання кожним із них відповідних цінностей іншій стороні. Як стверджує Н.С. Ливак, ціннісний обмін можна реалізувати за допомогою використання інституту наставників, тренінгів,

профільних нарад, процедур, які полегшують співробітництво, досягнення консенсусу, а також за допомогою накопичення організаційного знання, розв'язання конфліктів, регулярної переоцінки цінностей тощо [27]. Як результат, у команді повинні утворитися «метацінності», які, на нашу думку, виконуватимуть роль системоутворюючого фактора, що забезпечить когерентне узгодження потреб, інтересів, соціальних установок та ціннісних орієнтацій різних індивідів і сприятиме, таким чином, зниженню ймовірності деструктивних конфліктів та підвищенню ефективності командної праці на синергетичних засадах.

В обґрунтуванні синергічного ефекту командної праці С.І. Осипова та В.С. Окунєва [28] виділяють три аспекти: змістовний, психологічний, організаційний. На нашу думку, кожна з цих передумов містить як ознаки потенційного синергізму, так і небезпеки його перетворення у диссинергічний (негативний) ефект (рис. 1).

Змістовною передумовою є високий професіоналізм членів команди, який дає змогу не тільки розширити перелік варіантів розв'язання проблеми, а й за рахунок широкого діапазону компетентностей представити різнобічний інноваційний підхід до виконання завдання. Водночас цей ефект може бути зведений нанівець, якщо окремі індивіди чинитимуть свідомий або несвідомий опір прийняттю рішень, запропонованих іншими учасниками.

Психологічними передумовами синергізму є: 1) загальнокомандна мета, яка виступає способом інтеграції діяльності членів команди в цілісну систему; 2) суб'єкт-суб'єктні (партнерські) взаємодії членів команди в процесі реалізації загальнокомандної мети, що сприяють прояву індивідуальних здібностей і творчості; 3) прийняття кожним членом команди відповідальності за кінцеві результати, що сприяє виникненню взаємної відповідальності; 4) зближення ціннісних орієнтирів – думок, поглядів, установок, уявлень, переконань, що утворюють субкультуру команди (умови для вибудовування гармонійних відносин між особистістю і командою, що сприя-



Рис. 1. Передумови синергізму командної праці

ють самовизначенню і самовдосконаленню окремих індивідів); 5) комфортна атмосфера в команді.

Важливо наголосити, що в результаті ефективних міжособистісних відносин формується емоційний капітал команди, який реалізується через проектування умов зовнішнього середовища, у тому числі соціальних, в інтересах суб'єкта управління. Настрої задають емоційний тонус команди, який суттєво позначається на результативності трудової діяльності і може сприяти генеруванню ефекту синергізму, оскільки високий емоційний тонус спонукає працівників виконувати свої функції на максимально можливому рівні. Як стверджує О.В. Сем'ян, емоційна культура команди дає змогу отримати належний рівень ефективності за рахунок підвищення продуктивності використання людського капіталу на основі самоорганізації людини та синергетичного ефекту від взаємодії людей у команді [29]. Водночас емоційний капітал може набувати негативного забарвлення в разі несумісності членів команди, зокрема в економічній психології та ставленні до праці.

До організаційних передумов ефекту синергізму варто віднести: 1) оптимальну чисельність команди; 2) цілісність як соціальну і психологічну спільність людей, які входять до команди; 3) спадкоємність норм, правил, цінностей, у тому числі і через різновікові командні структури; 4) внутрішньоконандні ролі, що визначають діяльність конкретного учасника.

На нашу думку, чільне місце серед організаційних передумов мають посісти заздалегідь продумані стимули до командної праці. У разі відсутності останніх окремі індивіди можуть не усвідомлювати потребу в налагодженні когерентних взаємодій з іншими учасниками, і це суттєво знизить імовірність синергетичного ефекту.

Переваги команди, які визначаються розглянутими змістовними, психологічними і організаційними передумовами, орієнтовані на реалізацію ідей, які є нездійсненними в рамках звичайної організації праці через те, що у конкретного виконавця немає можливості вийти за рамки його безпосередньої діяльності. Синергетичний ефект команди досягається в результаті «групової компенсації індивідуальних слабкостей», що полягає у високій якості виконаної роботи, адже внутрішньоконандна взаємодія, заснована на партнерській співпраці у вирішенні завдань, підвищує ефективність як мінімум на 10% [28].

Не викликає сумніву той факт, що в процесі створення та еволюції управлінської команди беруть участь біфуркаційні механізми, які сприяють радикальній трансформації організаційної структури підприємства (рис. 2).

Важливу роль у процесі організаційних перетворень відіграють лідерство та ефективні комунікації. Так, авторитарне лідерство на етапах розгляду та прийняття альтернативних варіантів рішень може призвести до надмірного рівня упорядкованості ідей, а також до групової поляризації. Натомість ліберальне лідерство допускає високий рівень хаотичності та ентропії. Вочевидь, оптимальним є демократичне лідерство, яке дає змогу утримувати рівень ентропії у допустимих межах, балансує між порядком і хаосом.

В організаційно-технічному плані перехід до командної форми організації праці тягне за собою різке збільшення кількості інформаційних каналів у системах організаційної комунікації. Зростаюча складність комунікативного середовища сприяє розширенню можливостей щодо більш ефективного використання доступної інформації для прийняття якісних

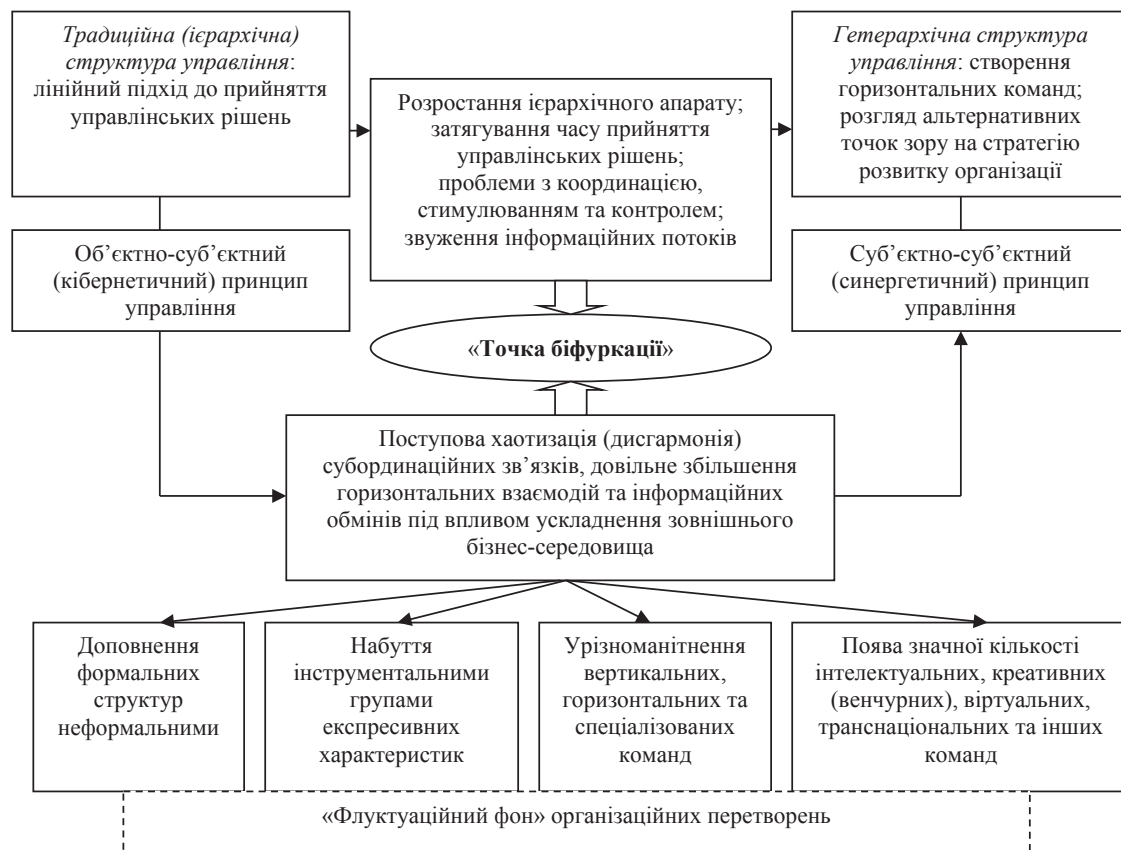


Рис. 2. Перехід до командної форми організації управлінської праці як переломна точка біфуркації у розвитку організаційної структури

рішень. Ефективна комунікація полягає в тому, що циркуляція інформації в команді не повинна мати жодних перешкод, аби долати ентропійні тенденції. У цих умовах управлінська команда здатна опрацювати, зрозуміти і утилізувати набагато більший обсяг інформації, ніж окремі індивіди або жорстка ієрархічна система.

На нашу думку, ефект командної праці передусім базується на концентрації інтелектуальних зусиль, що за умови підкріплення необхідними техніко-технологічними, організаційно-правовими, соціально-економічними та соціально-психологічними взаємозв'язками ініціює так званий «режим із загостренням» унаслідок появи позитивних синергічних ефектів взаємодії представників різних функціональних підрозділів та рівнів управління (рис. 3).

Цілком слушною є думка Д.В. Тимошенка: «Чим вищий інтелектуально-ресурсний потенціал працівників, здобутий у процесі створення нових знань і отримання нового досвіду, тим оригінальніші і цінніші ідеї та пропозиції будуть ними генеровані, опрацьовані і прийняті, тим потужніші економічні наслідки будуть отримані підприємством після їх впровадження і використання у відповідних сферах інноваційної активності» [5, с. 93–94]. Менеджери з персоналу та інші управлінці в особі соціально-економічної системи отримують можливість управляти точкою мотиваційної біфуркації працівника, тобто створювати передумови для зміни (метаморфози) його інтелектуального потенціалу (нові знання, новий досвід) за допомогою впливу на його поведінку як самотивації, так і стимулюючих заходів з боку організації [30, с. 214–215]. Вище

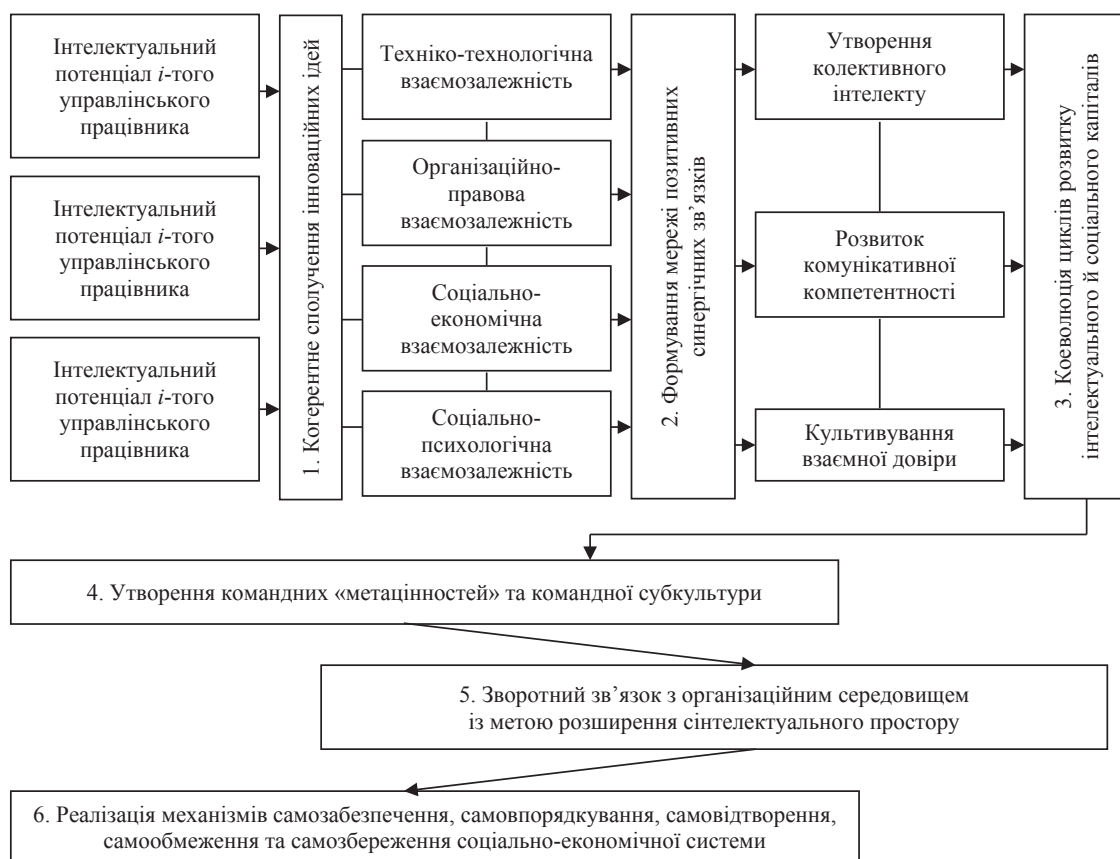


Рис. 3. Логіка когерентного сполучення інтелектуальних потенціалів управлінських працівників у випадку їх об'єднання в самоорганізовану команду на засадах синтелектики

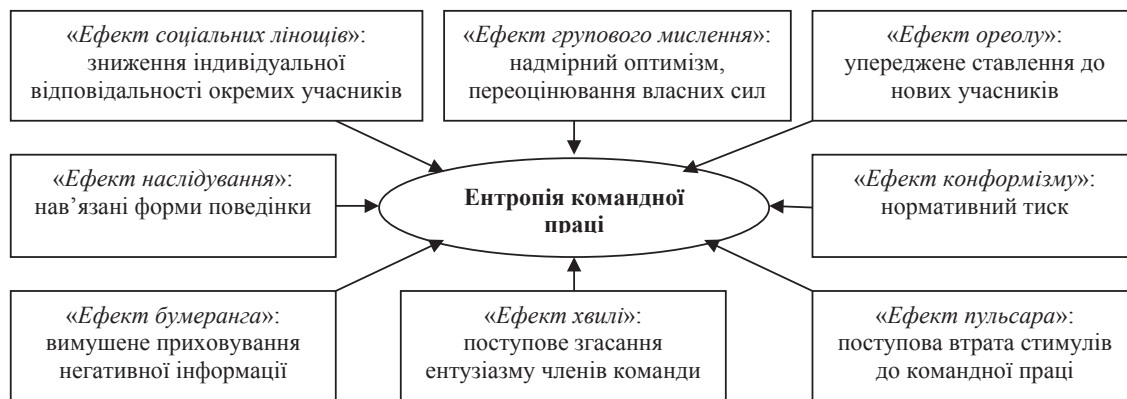


Рис. 4. Негативні прояви групових ефектів як передумови наростання ентропії процесі командної праці

керівництво підприємства повинне відкрити канали доступу зовнішньої інформації про нові знання і досвід у відповідних сферах діяльності, а також підтримувати внутрішню інформаційну прозорість, що виступатиме потужною складовою частиною мотивації інтелектуальної праці управлінського персоналу і додатковим джерелом виникнення синергічного ефекту.

Розрізнені елементи інтелектуального капіталу в умовах сильних флуктуацій (наприклад, під час радикальної зміни стратегічного курсу компанії, її позиціонування на ринку, кризових явищ тощо) починають взаємодіяти на когерентній основі й утворюють колективний інтелект – цілісну, складну і, вочевидь, незавершену систему знань, якими володіють конкретні члени команди на основі своїх унікальних позицій та досвіду, і цими знаннями у будь-який момент може скористатися кожен учасник. Крім колективного інтелекту, важливу роль відіграє соціальний капітал команди як потенціал взаємної довіри і взаємодопомоги, раціонально сформований у міжособистісному просторі. Синергетичний характер соціального капіталу проявляється в тому, що, на відміну від грошового, він у міру витрачання не зменшується, а тільки примножується. Команди, які володіють соціальним капіталом і поєднують його на коеволюційній основі з інтелектуальними можливостями, є високоефективними і мають більш тривалий життєвий цикл.

З іншого боку, синергічному ефекту можна протиставити низку закономірностей, що пояснюють зниження ефективності групового методу прийняття рішень порівняно з індивідуальним (рис. 4).

Зокрема, часто виникають ситуації, коли ціль під час роботи змінюється, і тоді замість досягнення правильного та найкращого рішення члени команди намагаються знайти такий варіант, з яким би всі погоджувались. У цьому полягає феномен «групового мислення», або ентропії. Групове мислення – це спосіб мислення, який виникає в людей у тому випадку, коли пошуки консенсусу стають настільки домінуючими для згуртованої групи, що вона схильна відкидати реалістичні оцінки альтернативних способів дії [15]. Іншими словами, мислення учасників стає лінійним, і вони схильні розглядати лише єдино можливий (прийнятний для групи) варіант розвитку подій.

Як зазначає О.Ю. Чаленко [31, с. 23], ентропія в економіці включає як утрати руху матерії, так і втрати людської діяльності (управлінської, виробничої, інтелектуальної, ресурсної), які мають симбіотичний характер. Наприклад, планування командної діяльності дає можливість досягти поставленої мети з використанням виділених ресурсів, а помилки планування визначаються як ентропія людської діяльності. Проте можуть відбутися непередбачувані зміни і в ресурсному забезпеченні (ентропія природних процесів), які також не дають змоги досягти запланованого результату.

Для того щоб запобігти падінню ефективності функціонування управлінської команди, потрібно знижувати ентропію за рахунок перетворення негативних групових ефектів у позитивні. Наприклад, нормативний тиск (його чинить більшість, і її думка сприймається членом групи як норма) може бути трансформований в інформаційний (такий тиск може чинити меншість, і член групи розглядає її думку лише як інформацію, на основі якої він має сам здійснити свій вибір). Ефект наслідування набуває позитивного значення, коли має місце добровільне наслідування принципів та форм поведінки найбільш авторитетних учасників. Так само ефект бумеранга стає позитивним, коли примушує обережно ставитися до отриманої інформації, зменшує поширення пліток. Ефект пульсара можна

змінити, якщо здійснювати періодичний перегляд набору стимулів, що пропонуються працівникам. Ефект хвилі може стати позитивним, якщо відбувається поширення позитивних ідей, цілей, норм, цінностей, які не суперечать потребам та інтересам команди.

Загалом, «груповому мисленню» протиставляють «командне мислення». Якщо групове мислення базується на прихильності до вибору однієї думки (лінійний підхід), то «командне» націлене на виявлення різних, навіть конфліктуючих між собою думок (нелінійний підхід, що обґрунтовує множинність рішень). Коли спрацьовує синдром «групового мислення», сумарний ефект інтелектуальних зусиль членів команди нижчий, ніж в окремих її членів. У разі «командного мислення» люди, не відчуваючи тиску з боку керівників або колег, вільно висловлюють думки і створюють ефект синергізму.

Одним із неординарних способів генерації ідей, який застосовують для вирішення існуючих проблем, а також для пошуку нових ідей, є метод синектики. Синектика в перекладі з грецької означає «поєднання різнорідних елементів», навіть не сумісних, у процесі постановки і виконання інноваційних завдань. Ключовим моментом цього методу є використання аналогій, що існують у різних сферах і галузях, для генерації нових ідей. Нераціональна інформація, що є інформаційним підґрунтям синектики, стає причиною прояву в пам'яті метафор, образів, але ще не чітко сформованих. Феномен осяяння («інсайту») проявляється досить часто в роботі добре підбраної, підготовленої команди, коли вона діє злагоджено, постійно фіксуючи нові ідеї та уникаючи спроб одразу формулювати остаточно завершені думки [32, с. 220].

Як зазначають О.М. Ястремська та Ю.М. Сиваш, для побудови ефективної синектичної команди необхідно, щоб до її складу входили особистості з різними видами інтелекту. Така різноманітність складу творчого колективу забезпечить розмаїття підходів і поглядів у синектичному процесі. Також під час формування синектичної команди доцільно враховувати емоційний тип учасників. Синергічний ефект синектичної команди буде забезпечуватись у тому разі, якщо за емоційним складом учасники будуть різними [32, с. 222]. Таким чином, застосування синектичного підходу до організації праці управлінської команди дає змогу забезпечити приплив негативної ентропії, яка, своєю чергою, дає можливість подолати незворотне розсіювання енергії та сформувати нову інформаційну програму реалізації енергетичного потенціалу системи. Цей прийом дає змогу уникнути дезінтеграції і досягти нового, більш високого рівня командної згуртованості навколо генерування й реалізації інноваційних ідей.

Разом із тим, завдання максимізації стійкості команди полягає не в повному усуненні ентропії, а в забезпеченні оптимального рівня співвідношення між порядком і хаосом, яке, з одного боку, запобігало б виникненню некерованих процесів, а з іншого – не перешкоджало б функціонуванню механізмів саморегуляції. Зокрема, зниження ентропії за рахунок зовнішніх жорстких правил зробить систему неадаптивною, оскільки певна міра хаотичності, непередбачуваності в критичних умовах спроможна продукувати резерви для її адаптації. А отже, учасникам управлінської команди потрібно своєчасно діагностувати критичні точки біфуркації для попередження небажаного дисбалансу у ділових та міжособистісних відносинах.

Висновки. Під час створення команд на підприємствах проявляються ознаки як організації (адміністративний вплив), так

і самоорганізації (самоуправління). Практично в усіх командах поєднуються ознаки гомогенності (націленість учасників на кінцевий результат, ініціатива і творчий підхід до виконання завдань) та гетерогенності (розмаїття підходів до виконання завдань, рольова доповнюваність і гнучкість). «Точка оптимуму» між цілісністю та розмаїттям може слугувати індикатором «квазістаціонарного стану системи», що забезпечує водночас її стійкість і нерівноважність (здатність змінюватися, створювати інновації).

Досить непередбачуваними можуть стати результати самоорганізації управлінських команд, розвиток яких є не повністю детермінованим, оскільки передбачає проходження низки «точок біфуркації», в яких під впливом наростаючих флуктуацій та часткового порушення причинно-наслідкових зв'язків здійснюється вибір системою атрактивних (цільових) структур.

Об'єднання керівників та професіоналів в управлінську команду дає змогу досягти ефекту синергізму, що означає стрибкоподібне збільшення результатів інтелектуальної праці завдяки когерентному сполученню їх креативних потенціалів та інноваційних ідей, що ініціює настання «режиму із загостренням», в якому сформовані синергічні взаємозв'язки утворюють високопродуктивний інтелектуальний простір та сприяють, таким чином, якісному оновленню всієї системи управління підприємством. Системоутворюючими чинниками такого простору виступають: сукупність професійних компетенцій, результати ціннісно-цільового обміну учасників, колективний інтелект, соціальний капітал та емоційна культура.

Мислення учасників команди інколи стає лінійним (некритичним), і вони проявляють схильність до розгляду лише єдиного можливого (прийнятного для групи) варіанту розвитку подій. Цей ефект є аналогом наростання ентропії, що означає зниження інформаційної активності, певну дезорганізацію дій та дезінтеграцію команди. Застосування синектичного підходу до організації праці управлінської команди дає змогу забезпечити приплив негативної ентропії, яка, своєю чергою, дає можливість подолати незворотне розсіювання енергії та сформувати нову інформаційну програму реалізації енергетичного потенціалу.

Практичне значення отриманих результатів дослідження полягає в можливості підвищення ефективності функціонування систем управління завдяки виникненню на підприємствах самоорганізованих управлінських команд, які можуть у відносно короткі проміжки часу розглядати великий спектр імовірних управлінських рішень та обирати оптимальні стратегічні напрями діяльності суб'єктів господарювання.

Перспективи подальших досліджень в обраному напрямі зводяться до потреби розробки методики оцінювання рівня синергічного ефекту, що генерується управлінською командою підприємства.

Література:

1. Мажник Н.А. Теоретические подходы к определению сущности понятия «команда» / Н.А. Мажник, Н.В. Шульга // Бизнес-Информ. – 2009. – № 3. – С. 131–134.
2. Башук Т.О. Управління різними типами конфліктів у креативному колективі / Т.О. Башук, М.О. Хижняк // Маркетинг і менеджмент інновацій. – 2012. – № 3. – С. 111–119.
3. Кузьмін О.Є. Організування діяльності інноваційних креативних колективів на машинобудівних підприємствах / О.Є. Кузьмін, О.О. Горячка // Вісник Національного університету «Львівська політехніка». Менеджмент та підприємництво в Україні: етапи становлення і проблеми розвитку. – 2013. – № 778. – С. 342–347.
4. Салига С.Я. Визначення рівня ефективності управлінської ко-

- манди залежно від стадій її життєвого циклу / С.Я. Салига, О.В. Корнієнко // Економічний вісник Запорізької державної інженерної академії. – Випуск 2. – С. 138–143 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.zgia.zp.ua/gazeta/evzdia_2_138.pdf.
5. Тимошенко Д.В. Створення постійних і тимчасових команд в рамках підприємства з метою інтенсифікації інтелектуальної праці персоналу / Д.В. Тимошенко // Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. – 2010. – № 2. – Т. 2. – С. 91–95.
6. Шавкун І.Г. Командний менеджмент: аксіологічний вимір / І.Г. Шавкун // Гуманітарний вісник Запорізької державної інженерної академії. – 2010. – Вип. 42. – С. 218–226 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.zgia.zp.ua/gazeta/VISNIK_42_24.pdf.
7. Остапенко О.М. Теоретичні засади формування ефективної управлінської команди на авіаційному підприємстві / О.М. Остапенко, О.Ю. Ситник // Глобальні та національні проблеми економіки. – 2015. – Вип. 5. – С. 541–545 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://global-national.in.ua/issue-5-2015>.
8. Томпсон Л. Создание команды / Л. Томпсон ; пер. с англ. – М. : Вершина, 2006. – 544 с.
9. Зинкевич-Евстигнеева Т.Д. Теория и практика командообразования. Современная технология создания команд / Т.Д. Зинкевич-Евстигнеева, Д.Ф. Фролов, Т.М. Грабенко. – СПб. : Речь, 2004. – 304 с.
10. Аблязов Р.А. Командний менеджмент : [навчальний посібник] / Р.А. Аблязов, Г.І. Падурець, І.Б. Чудаєва. – К. : Професіонал, 2008. – 352 с.
11. Данилюк-Черних І.М. Управління використанням інтелектуального потенціалу людських ресурсів на засадах синектики і синергізму / І.М. Данилюк-Черних, В.П. Петренко // Регіональна економіка. – 2011. – № 1. – С. 148–155 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://nbuv.gov.ua/UJRN/regek_2011_1_21.
12. Марченко В.М. Рівні самоорганізації трудового колективу в процесі злиття / В.М. Марченко // Формування ринкових відносин в Україні. – 2010. – № 5. – С. 192–196.
13. Тоба М. Сучасні моделі групового впливу: синергетичний підхід / М. Тоба // Збірник наукових праць : філософія, соціологія, психологія. – 2009. – Вип. 14. – Ч. 2 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.nbuv.gov.ua/portal/soc_gum/znpfsp/2009_14_2/14-2-03-Toba.pdf.
14. Полянська А. Визначення ефекту синергії в процесі прийняття управлінських рішень / А. Полянська, С. Афонькін // Схід. – 2013. – № 5. – С. 84–89 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://nbuv.gov.ua/UJRN/Skhid_2013_5_17.
15. Верста Ю.О. Психологічні особливості процесу прийняття командних рішень / Ю.О. Верста // Вісник Львів. ун-ту. Серія : Філософські науки. – 2006. – Вип. 9. – С. 280–287.
16. Coulter N. A. Human Synergetics / N. A. Coulter. – New York : Prentice-Hall, Inc., 1976. – 201 p.
17. Варцаба В.І. Синергетична парадигма гармонізованого управління людськими ресурсами соціально-економічних систем / В.І. Варцаба // Проблеми економіки. – 2015. – № 2. – С. 247–252 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://ndc-ipr.org/media/documents/Problem_02_2015.pdf.
18. Transdisciplinarity: Stimulating Synergies, Integration Knowledge // UNESCO. Division of Philosophy and Ethics, 1998. – 80 p. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://unesdoc.unesco.org/images/0011/001146/114694eo.pdf>.
19. Чернецька О.В. Сутність та значення синергетичного ефекту в системі управління на підприємстві / О.В. Чернецька // Глобальні та національні проблеми економіки. – 2014. – Вип. 2. – С. 762–765 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://global-national.in.ua/vipusk-1-2014/199>.
20. Ревуцька Н.В. Особливості детермінації та методика оцінювання синергізму у бізнес-моделюванні / Н.В. Ревуцька // Формування ринкової економіки : зб. наук. праць. – К. : КНЕУ, 2012. – Спец. вип. у 2 ч. Ч. 1 : Стратегічні імперативи сучасного менеджменту. – С. 289–296 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://ir.kneu.edu.ua:8080/handle/2010/4229>.

21. Фаткин Л. Командообразование в организации как фактор эффективности совместной деятельности / Л. Фаткин, К. Морозова // Проблемы теории и практики управления. – 2001. – № 1. – С. 106–111.
22. Шестерняк М.М. Синергетичний ефект у спільному будівництві як фактор економічного зростання / М.М. Шестерняк // Вісник Житомирського державного технологічного університету. Серія «Економічні науки». – 2013. – № 3(65). – С. 68–74 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://ven.ztu.edu.ua/article/view/33818/37006>.
23. Горбась І. Методичне забезпечення оцінювання внутрішнього синергізму в діяльності підприємств / І. Горбась // Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка. Серія «Економіка». – 2015. – № 7(172). – С. 59–64.
24. Україна: Інтелект нації на межі століть : [монографія] / Кер. авт. кол. В.К. Врублевський. – К. : Інтелект, 2000. – 516 с.
25. Полянська А.С. Методологічні засади дослідження синергії взаємодії суб'єктів управління в умовах ситуаційного управління / А.С. Полянська // Науковий вісник Національного лісотехнічного університету України. – 2012. – Вип. 22.7. – С. 258–266 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://nvunfu.esy.es/Archive/22_7/258_Pol.pdf.
26. Шевцова Г.З. Особливості впровадження концепції організованої синергії в систему управління підприємством / Г.З. Шевцова // Молодий вчений. – 2015. – № 11(26). – Ч. 2. – С. 150–155 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://molodyvcheny.in.ua/files/journal/2015/11/67.pdf>.
27. Ливак Н.С. Значение ценностного обмена в процессе формирования команды / Н.С. Ливак // Современные проблемы науки и образования. – 2013. – № 2 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://cyberleninka.ru/article/n/znachenie-tsennostnogo-obmena-v-protsesse-formirovaniya-komandy-1>.
28. Осипова С.И. Синергетический эффект командной деятельности / С.И. Осипова, В.С. Окунева // Современные проблемы науки и образования. – 2012. – № 3 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://cyberleninka.ru/article/n/sinergeticheskiy-effekt-komandnoy-deyatelnosti-ispravlenyy-variant>.
29. Сем'ян О.В. Емоційний капітал як інструмент досягнення трудового синергізму на підприємстві / О.В. Сем'ян // Вісник Бердянського університету менеджменту і бізнесу. – 2014. – № 2. – С. 103–107 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://nbuv.gov.ua/UJRN/vbumb_2014_2_23.
30. Тимошенко Д.В. Шляхи гармонізації людських стосунків у контексті тимбіндінгу / Д.В. Тимошенко, А.О. Устенко // Проблеми раціонального використання соціально-економічного та природно-ресурсного потенціалу регіону: фінансова політика та інвестиції. – 2013. – Вип. 19. – № 4. – С. 212–219 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://nbuv.gov.ua/UJRN/prvse_2013_19_4_26.
31. Чаленко О.Ю. Самоорганізація, ентропія в природі та економіці / О.Ю. Чаленко // Наука та інновації. – 2013. – Т. 9. – № 4. – С. 13–24 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://nbuv.gov.ua/UJRN/scinn_2013_9_4_3.
32. Ястремська О. М. Синектика як метод активізації творчого мислення персоналу / О.М. Ястремська, Ю.М. Сиваш // Проблеми економіки. – 2014. – № 2. – С. 219–223 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.problecon.com/pdf/2014/2_0/219_223.pdf.

Хитрая Е.В. Синергетические аспекты создания и функционирования управленческой команды

Аннотация. В статье систематизированы теоретико-методологические аспекты командного менеджмента. Выполнен сравнительный анализ признаков организации и самоорганизации в процессе создания и развития команды. Определена роль ценностно-целевого обмена, социального капитала и эмоциональной культуры в процессе генерирования синергизма командной работы. Обоснован бифуркационный характер трансформации иерархической организационной структуры в гетерархическую, которая характеризуется одновременным существованием на предприятии определенного количества временных и постоянных команд. Обоснована возможность получения синергического эффекта благодаря эффективному функционированию управленческой команды во время выполнения интеллектуальных задач, связанных с поиском инновационных идей. Выявлены предпосылки роста энтропии командной работы и пути ее преодоления.

Ключевые слова: бифуркация, эмоциональный капитал, энтропия, коллективный интеллект, командный менеджмент, синектика, синергический эффект, синтелектика, социальный капитал, управленческая команда.

Khytra O.V. Synergetic aspects of management team creation and functioning

Summary. Theoretical and methodological aspects of team management were generalized. A comparative analysis of the manifestations of selforganization in the creation and development of the team was made. The role of value-aimed exchange, social capital and emotional culture in the process of generating synergy teamwork was determined. Bifurcational character of transformation of the hierarchical organizational structure into the heterarchical, characterized by simultaneous existence of a number of temporary and permanent teams in the company was grounded. The possibility of obtaining a synergistic effect due to the effective functioning of the management team in the performance of intellectual tasks related to the search for innovative ideas was grounded. The premise of entropy teamwork and how to overcome it was found.

Keywords: bifurcation, emotional capital, entropy, collective intelligence, team management, Synectics, synergy effect, Sintelectics, social capital, managerial team.

ГРОШІ, ФІНАНСИ І КРЕДИТ

Савченко Т.Г.,

д.е.н.,

професор кафедри бухгалтерського обліку та аудиту,
Українська академія банківської справи МОН України

Миненко Л.М.,

аспірант,

Українська академія банківської справи МОН України

РОЗВИТОК КОНСОЛІДОВАНОГО БАНКІВСЬКОГО НАГЛЯДУ НА ОСНОВІ ІМПЛЕМЕНТАЦІЇ МІЖНАРОДНОГО ДОСВІДУ ВИЗНАЧЕННЯ СИСТЕМНО ВАЖЛИВИХ БАНКІВ

Анотація. У статті розглядаються міжнародні підходи до визначення та регулювання діяльності глобальних системно значущих банківських груп. Пропонується використовувати окремі елементи даних підходів для вдосконалення консолідованого банківського нагляду в Україні.

Ключові слова: банківський нагляд на консолідованій основі, банківська група, системоутворюючі фінансові інститути, глобальні системно значимі банки, G-SIB.

Постановка проблеми. Специфічні загрози для національної економіки можуть становити пов'язані в межах групи компаній капітали, зокрема банківські групи. Під час розширення активів та обсягів діяльності банківської групи виникають загрози неконтрольованих фінансових ризиків та зловживань, а також під час згортання діяльності групи існує ймовірність банкрутства інших членів банківської групи та поширення ланцюгової реакції на всю банківську систему (залежно від розмірів банківської групи).

З одного боку, діяльність на території України іноземних банківських груп, частина з яких є глобальними системоутворюючими фінансовими інститутами, несе додаткові загрози національній банківській системі. З іншого боку, механізм їх регулювання з боку наднаціонального регулятора є більш прогресивним порівняно з вітчизняними нормами консолідованого нагляду.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Сутність, причини та наслідки банківських криз досліджували А.В. Анікін, О.І. Барановський, О.П. Бурак, А.К. Грязнова, Я.А. Жаліло, І. Зарицька, І.В. Ларіонова, С.В. Леонов, В.К. Паливода, А.С. Попова, С.К. Реверчук, Т.Г. Савченко, О.О. Чуб та ін.

Мета статті полягає у пошуку дієвих інструментів зменшення загроз національній банківській системі з боку національних та іноземних банківських груп шляхом імплементації міжнародного досвіду консолідованого нагляду за глобальними системно значимими банками.

Виклад основного матеріалу дослідження. Іноземні дослідники [3] звертають увагу, що в історичні періоди бурхливого розвитку банківського сектору, незважаючи на великі потрясіння і наявність значного банківського кредиту (1874–1913 рр.), в деяких випадках і місцях банківські кризи були відсутні. І навпаки, період 1980–2013 рр. є пандемією безпрецедентних криз, більших за масштабами від Великої депресії. Так, за період з 1970 по 2013 р. у 53% країн відбулась принаймні одна банківська криза, дві або більше – у 18% країн. Водночас у деяких країнах кризових явищ у економіці не спостерігалось

(29%). Наприклад, Канада, незважаючи на значні обсяги експортних операцій, ніколи не страждала від важкої банківської кризи, у той час як США пережили їх 17 [3].

Для однієї групи країн відсутність банківських криз була пов'язана з нерозвиненістю банківського сектору. Для іншої групи країн, банки яких активно кредитували (Сінгапур, Мальта і Гонконг, Канада, Австралія і Нова Зеландія), відсутність банківських криз була пов'язана зі специфічним механізмом державного регулювання.

Як зазначають фахівці фінансового ринку [6; 7], основними причинами банківських криз є макроекономічні обставини; монетарна політика; стратегії та операції комерційних банків; зловживання, правопорушення та корупція. Таким чином, констатується факт, що держава в особі центрального банку може як провокувати банківські кризи, так і запобігати їм. Причому пошук оптимальних способів монетарного регулювання відбувається не тільки в межах світового співтовариства, а й еволюціонує в кожній окремо взятій країні.

Кожна наступна фінансова криза свідчить про неефективність попереднього банківського регулювання, тому після кожного банкрутства банку або кризи у сфері банківського нагляду слідє посилення вимог до нагляду і збільшення кількості банківських контролерів.

У численних працях відзначається, що основним завданням центрального банку задля запобігання банківських криз має бути забезпечення стабільності фінансової системи, а не виживання будь-якого конкретного банку. Крім того, банкрутство фінансово неспроможних організацій є природним способом оздоровлення бізнес-середовища. Але специфіка банківських установ полягає в тому, що «банківська діяльність розглядається як найбільш ризикована порівняно з іншими видами комерційної діяльності. Якщо компанія, що працює у сфері виробництва, стає банкрутом, інші виробники ідентичних товарів отримають перевагу. У банківській справі, однак, можуть мати місце діаметрально протилежні наслідки, які полягають у тому, що проблеми одного банку можуть поширитися на інший через фактичні фінансові зв'язки, наприклад на міжбанківському ринку, або через втрату довіри клієнтів (виправдану чи ні). Це є обґрунтуванням нагляду за діяльністю окремих банків у широкому контексті системної стабільності» [6, с. 9].

Найбільшу загрозу фінансовій системі становлять саме банківські групи, оскільки в бухгалтерській звітності пов'язаних осіб не відображаються всі фінансові ризики. Крім того, фінансові ризики можуть перекладатися на неконтрольованого або слабше контрольованого учасника банківської групи в процесі

трансфертного ціноутворення [8; 10]. Інструментарій класичного банківського нагляду не дає змоги детально проаналізувати звітність небанківських учасників групи, а також оцінити негативні наслідки від фінансових операцій між банками – членами групи, тому ідентифікувати потенційні фінансові загрози інструментами індивідуального нагляду неможливо.

На нашу думку, для вітчизняного банківського сектору сьогодні характерні:

1) переформатування змісту банківської діяльності: укрупнення банківських активів, розмивання меж фінансових операцій, транскордонна міграція капіталів та ризиків;

2) маніпуляція з боку глобальних банківських монополістів (у редакції Рекомендацій Базельського комітету 2014 р. – системно значимих фінансових інститутів);

3) мультиплікаційний вплив невизначеності факторів ризику кожної країни та нездатності системного управління ризиками, які за перших проявів кризи мають тенденцію викликати ланцюгову реакцію «депозитної паніки»;

4) значні розміри акумульованого капіталу банківських груп, що ставлять під загрозу (залежно від величини групи) не тільки фінансові системи окремих країн, а й усю світову фінансову систему.

Особливі ризики для вітчизняної фінансової системи несуть міжнародні банківські групи. За українським законодавством це групи фінансових установ, пов'язаних відносинами контролю, діяльність яких представлена більше ніж в одній країні та які підлягають нагляду на консолідованій основі з боку іноземного органу нагляду [1]. У даному визначенні покладено відповідальність за діяльність на території України банківської групи на наглядовий орган країни походження. Даний підхід у силу особливостей побудови та повноважень кожного національного наглядового органу може містити додаткові загрози законодавчих розбіжностей, нормативів, повноважень та сумлінності регулятора.

Проте загострення проблеми глобалізації фінансових ринків та підвищеної вразливості внаслідок інтеграційних процесів національних фінансових систем призвели до виділення категорії «системно значущі фінансові інститути» (global systemically important banks – G-SIB) та регулювання їх діяльності на наднаціональному рівні. Дана проблема актуалізувалася під час кризи глобальної фінансової системи 2008–2009 рр., спровокованої банкрутством Lehman Brothers. Однією з його причин стала недооцінка регуляторами проблеми «занадто значимий фінансовий інститут, щоб збанкрутувати» (too big to fail) у період до фінансової кризи. Дана проблема обумовлена ризиком несумлінної поведінки системоутворюючих фінансових інститутів (moral hazard risk), які брали на себе необґрунтовано високий рівень ризиків, покладаючись на непряму/пряму підтримку держави (що відбивалося в підсумку у зниженні вартості їх запозичень), не володіючи при цьому адекватною системою ризик-менеджменту.

Оскільки банківські групи здебільшого є системоутворюючими елементами з точки зору національних фінансових систем, до їх ідентифікації та моніторингу національними регуляторами доцільно використовувати критерії і процедури консолідованого нагляду, застосовувані в міжнародній практиці.

Відповідно до міжнародних рекомендацій, системно значущими можуть бути визнані такі інститути, погіршення фінансового становища або порушення діяльності яких може завдати істотної шкоди фінансовій системі та економіці [4]:

- фінансові організації (банки, банківські групи, страхові компанії);
- інфраструктурні організації фінансового ринку (системно значимі платіжні системи; центральний депозитарій; системи розрахунків за операціями з цінними паперами; ключові контрагенти; торгові депозитарії).

Для визначення переліку глобальних системно значимих банків (G-SIB) та банківських груп Базельським комітетом із банківського нагляду використовується скоринговий підхід, який, зокрема, передбачає проведення оцінки за п'ятьма напрямками [5]:

- 1) розміром глобальних системно значимих банків;
- 2) взаємопов'язаністю глобальних системно значимих банків;
- 3) транскордонною діяльністю;
- 4) «замінністю»;
- 5) комплексністю (складністю) операцій.

Критеріальні значення для оцінюваних індикаторів наведені в табл. 1.

Таблиця 1
Індикативний підхід до оцінювання G-SIB

Категорія (і вага)	Індивідуальний індикатор	Ваговий коефіцієнт
Крос-юрисдикційна діяльність (20%)	Крос-юрисдикційна претензія	10%
	Крос-юрисдикційні зобов'язання	10%
Розмір (20%)	Загальний вплив, визначена за Базель III частка позикових коштів	20%
Взаємопов'язаність (20%)	Внутрішні фінансові активи	6.67%
	Внутрішні фінансові зобов'язання	6.67%
	Сукупна частка фондування	6.67%
Взаємозамінність (20%)	Пов'язані активи	6.67%
	Здійснювані через платіжні системи платежі	6.67%
	Вартість зазначених операцій на ринках активів та капіталу	6.67%
Складність (20%)	Номинал позабіржових деривативів	6.67%
	Активи третього рівня	6.67%
	Цінні папери на продаж	6.67%

Отже, Національний банк України може використовувати дані вагові коефіцієнти для скорингового оцінювання сили впливу банківських груп в Україні. Останнє повинно знайти відображення у відповідній методиці НБУ.

Окрім того, посиленої уваги вимагає діяльність на території України структурних підрозділів та дочірніх компаній глобальних системно значущих фінансових інститутів. Список G-SIBs публікується на щорічній основі, і станом на кінець 2015 р. їх вичерпний перелік наведено в табл. 2.

Наведені вище п'ять груп глобальних системно значимих банків були сформовані Базельським комітетом із банківського нагляду на основі методики кластерного аналізу. Для кожної з них встановлено додаткові вимоги до величини достатності капіталу: 1% («нижня» група), 1,5% (друга група), 2,0% (третя група), 2,5% (четверта група) 3,5% (група «верхня», порожня).

Таблиця 2

Список системно значущих банків у 2015 р. (G-SIBs) [11]

Група	Додаткові вимоги до величини достатності капіталу	G-SIB, в алфавітному порядку в межах кожного сегмента
5	3.5%	(порожній сегмент)
4	2.5%	HSBC JP Morgan Chase
3	2.0%	Barclays BNP Paribas Citigroup Deutsche Bank
2	1.5%	Bank of America Credit Suisse Goldman Sachs Mitsubishi UFJ FG Morgan Stanley
1	1.0%	Agricultural Bank of China Bank of China Bank of New York Mellon China Construction Bank Groupe BPCE Groupe Cr�dit Agricole Industrial and Commercial Bank of China Limited ING Bank Mizuho FG Nordea Royal Bank of Scotland Santander Société Générale Standard Chartered State Street Sumitomo Mitsui FG UBS Unicredit Group Wells Fargo

Додаткові вимоги до капіталу можуть бути виконані тільки основним базовим капіталом (core tier), в який входять тільки звичайні акції та нерозподілений прибуток і будуть використовуватися як частина буфера консервації капіталу (не сумуються з нормативом достатності основного базового капіталу, а визначають обмеження по розподілу банком чистого прибутку), так званої здатності до поглинання збитків.

Підвищені вимоги щодо достатності капіталу глобальних системно значущих банків застосовуються з 2014 р. (вводяться поетапно до 2019 р.). Глобальні фінансові установи також зобов'язані дотримуватися підвищених вимог щодо систем управління ризиками, агрегування даних, контролю ризиків і внутрішнього контролю [12].

Резолюцією [11] визначено часові вимоги щодо приведення систем управління ризиками системних банківських груп до керованого виду (табл. 3).

Рамкові зустрічі лідерів країн «Групи 20» (Пітсбург, 2009 р.; Сеул, 2010 р.) визначили заходи з посилення нагляду (підвищення інтенсивності та ефективності контролю та нагляду) та відповідальності за несумлінну поведінку системно значущих фінансових інститутів.

Реалізований міжнародними організаціями проект щодо системно значущих фінансових інститутів складається з чотирьох основних напрямів:

Таблиця 3

Термін виконання вимог Резолюції із дня визнання G-SIF

Вимога щодо G-SIB	Термін виконання вимоги з дати визнання G-SIB
Створення групи антикризового менеджменту (Crisis Management Group – CMG)	6 міс
Розробка плану відновлення	12 міс
Розробка стратегії дозволу та розгляду в CMG	12 міс
Погодження Угоди про транскордонне співробітництво між установами	18 міс
Розробка оперативного плану реструктуризації щодо оперативної резолюції	18 міс
Проведення оцінки можливості реструктуризації групою CMG та процес оцінки можливості реструктуризації	24 міс

- 1) підвищення інтенсивності та ефективності контролю та нагляду за системно значущими фінансовими установами;
- 2) ефективного вирішення проблем фінансових інститутів (банків, страхових компаній, об'єктів інфраструктури фінансових ринків) без залучення коштів платників податків;
- 3) введення додаткових вимог до достатності капіталу;
- 4) підвищення стійкості системно значимих складових частин інфраструктури фінансового ринку.

Не варто забувати про лобійовані Великобританією, Німеччиною, Швецією та США поряд із підвищенням вимог до достатності капіталу (додаткового буферу) пропозиції щодо коригування системи податків (запровадження внесків у спеціальні фонди для уникнення перекладання витрат із порятунку фінансових установ на платників податків). Остання норма донедавна не знайшла достатньої підтримки серед країн «Групи 20», що не означає неможливості повернення до даного питання в найближчій перспективі.

Позитивним досвідом національного регулювання стало те, що методика визначення переліку глобальних системно значимих банків лягла в основу розроблених методик для виявлення національних системно значимих банків і методики ідентифікації глобальних системно значущих страхових компаній. Ключові розробки Ради з фінансової стабільності щодо ефективних режимів регулювання неспроможності фінансових інститутів [12] є основою для розробки режимів врегулювання неплатоспроможності як фінансових організацій, так і суб'єктів інфраструктури фінансових ринків в Україні.

Висновки. Проаналізовані вище механізми ідентифікації та регулювання глобально значущих фінансових інститутів із боку наднаціонального регулятора можуть знайти таке відображення в національних стандартах роботи з банківськими групами в Україні:

1. Удосконалення механізму ідентифікації банківських груп за рахунок розробки та впровадження методики скорингового оцінювання сили впливу окремої банківської групи на фінансову систему України.

2. Розширення інструментарію консолідованого нагляду в Україні за рахунок системних антикризових заходів за участю банківських груп, наприклад створення інсти-

туту страхування ризиків, відзвів ліцензій, рекапіталізація, злиття та поглинання, участь держави у викупі частини банківської групи тощо.

3. Посилення контролю над дотриманням вимог до діючих на території України структурних підрозділів та дочірніх компаній G-SIBs.

4. Застосування підвищених вимог щодо достатності капіталу, щодо систем управління ризиками, агрегування даних, контролю ризиків і внутрішнього контролю національних банківських груп.

Література:

1. Про затвердження Положення про порядок ідентифікації та визнання банківських груп : Постанова НБУ від 09.04.2012 р. № 134.
2. Про затвердження Положення про порядок регулювання діяльності банківських груп : Постанова НБУ від 20.06.2012 р. № 254.
3. Fragile By Design: The Political Origins of Banking Crises and Scarce Credit // Charles W. Calomiris and Stephen H. Haber // Cass Business School, February 27, 2014 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.cass.city.ac.uk/_data/assets/pdf_file/0019/213508/Calomiris-presentation-Cass-Feb-27-02-14.pdf.
4. Reducing the moral hazard posed by systemically important financial institutions. Report to G20 // – 2009. September [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.financialstabilityboard.org/wp-content/uploads/r_101111a.pdf.
5. Global systemically important banks: Assessment methodology and the additional loss absorbency requirement – 2013. – July [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.bis.org/publ/bcbs201.pdf>.
6. Лэттер Т. Причины банковских кризисов и управление ими / Т. Лэттер – Лондон : Банк Англии, 1997. – 54 с.
7. Буряк О.П. Банківська криза: суть, причини, наслідки / О.П. Буряк // Держава та регіони. Серія «Економіка та підприємництво». – 2013. – № 2(71). – С. 199–201.
8. Савченко Т.Г. Вплив трансфертного ціноутворення на капіталізацію та вартість банків України / Т.Г. Савченко, С.В. Леонов // Проблеми і перспективи розвитку банківської системи України : зб. наук. праць ; ДВНЗ «Українська академія банківської справи Національного банку України». – Суми, 2010. – Вип. 29. – С. 364–376.
9. Набок Р. Системно важливі банки: підходи до побудови нагляду / Р. Набок // Вісник Національного банку України. – 2014. – С. 39–43.
10. Макаренко М.І. Система трансфертного ціноутворення в комерційних банках : [монографія] / М.І. Макаренко, Т.Г. Савченко. – Суми : ДВНЗ «УАБС НБУ», 2008. – 238 с.
11. 2015 update of list of global systemically important banks (G-SIBs) // Financial Stability Board – 3 November 2015 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.fsb.org/wp-content/uploads/2015-update-of-list-of-global-systemically-important-banks-G-SIBs.pdf>.
12. Key Attributes of Effective Resolution Regimes for Financial Institutions // – 15 October 2014 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.fsb.org/wp-content/uploads/r_141015.pdf.

Савченко Т.Г., Миненко Л.М. Розвиток консолідованого банківського нагляду на основі імплементації міжнародного досвіду визначення системно важливих банків

Аннотация. В статье рассматриваются международные подходы к определению и регулированию деятельности глобальных системно значимых банковских групп. Предлагается использовать отдельные элементы данных подходов для усовершенствования консолидированного надзора в Украине.

Ключевые слова: банковский надзор на консолидированной основе, банковская группа, системообразующие финансовые институты, глобальные системно значимые банки, G-SIB.

Savchenko T.G., Minenko L.M. The development of the consolidated banking supervision on the base of international experience implementation and indentifying of systemically important banks

Summary. The necessity of further banking supervision development on the consolidated base is conditioned by permanent change of forms and methods of monopolization of financial markets and relative risks which in their turn condition these processes. This article presents international ways towards definition and regulation of activity of global systemically important banking groups. It is proposed to use some elements of these approaches for improvement of the consolidated banking supervision in Ukraine.

Keywords: banking supervision on consolidated base, banking group, systemically creating financial institutes, global systemically important banks, G-SIB.

*Серватинська І.М.,
аспірант кафедри фінансів,
Черкаський державний технологічний університет*

МЕТОДИКА ОЦІНЮВАННЯ ВИКОРИСТАННЯ ФІНАНСОВИХ РЕСУРСІВ У ДЕРЖАВНИХ ФОНДАХ СОЦІАЛЬНОГО СТРАХУВАННЯ

Анотація. У статті проаналізовано формування та розподіл фінансових ресурсів державних фондів загальнообов'язкового соціального страхування. Сучасний стан державних фондів соціального страхування характеризується відсутністю збалансованості державних зобов'язань і фінансових ресурсів, що спрямовуються на їхнє покриття. За результатами дослідження обґрунтовано основні напрями оцінки ефективності використання фінансових ресурсів фондів.

Ключові слова: соціальне страхування, державні фонди соціального страхування, роботодавці, застраховані особи, компенсаційні виплати.

Постановка проблеми. В умовах ринкової трансформації економіки держави невід'ємною сферою діяльності уряду визначено створення ефективної системи соціального захисту населення, основною метою якої є надання всебічної допомоги громадянам, що опинились у складній життєвій ситуації, та створення сприятливого соціального середовища для працюючих осіб.

Світова практика демонструє значну соціальну відповідальність держави у фінансуванні базових соціальних послуг та інфраструктурних об'єктів, забезпеченні захисту населення.

В Україні, відповідно до чинного законодавства державою забезпечуються такі соціальні гарантії: право на працю й захист від безробіття; право на державний захист материнства, батьківства, дитинства, родини; соціальне забезпечення за втрати працездатності або втрати годувальника; право на охорону здоров'я й медичну допомогу [1].

Забезпечення соціальних гарантій на рівні кожної держави реалізується за допомогою різноманітних фінансових механізмів. Основне призначення фінансових механізмів полягає в забезпеченні соціальної стабільності та запобіганні різкому розшаруванню суспільства.

За часів отримання незалежності в Україні напрацьовано низку програм та розроблено проекти соціальної підтримки населення, визначено основні напрями реформ у системі обов'язкового державного соціального страхування. Незважаючи на зазначені позитивні тенденції, надтерміноювою проблемою залишається обмеженість фінансових ресурсів фондів соціального страхування, адже видаткова частина бюджетів усіх рівнів у частині фінансування соціального захисту населення виконується в середньому на 85–90%, а відтак, соціальні реформи в повному обсязі не реалізуються.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. В Україні основні принципи забезпечення населення соціальними послугами реалізуються за допомогою загальнообов'язкового державного соціального страхування, що є системою заходів із соціального забезпечення громадян, за умовами та видами, визначеними на законодавчому рівні, за рахунок страхових

внесків, які сплачують роботодавці та населення до відповідних фондів загальнообов'язкового соціального страхування [8]. Ефективність реалізації основних принципів законодавства щодо соціального страхування повсякчасно досліджується науковцями. Так, О.В. Белінська, М.О. Бровенко, Є.О. Максимчук, А. Скотаренко, С.І. Юрій досліджували проблеми розвитку загальнообов'язкового державного соціального страхування. Принципи та недоліки фінансового забезпечення фондів соціального страхування вивчали: Г. Аарон, В. Базилевич, Н. Внукова, Г. Волощук, Н. Кузьминчук, Е. Лібанова, С. Осадєць, Ю. Пасічник та ін.

Незважаючи на значні здобутки вчених, усе ще невідпрацьованими залишаються науково-методологічні підходи до оцінювання ефективності соціального страхування, потребують удосконалення механізми, принципи та форми всієї системи формування фінансових ресурсів фондів соціального страхування.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Попри те, що останнім часом як за кордоном, так і в Україні проблеми фінансового забезпечення фондів соціального страхування є об'єктом уваги фахівців із соціальної проблематики, доцільно зауважити, що в сучасних реаліях і досі відсутній системний підхід до оцінки якості та рівня фінансового забезпечення видатків фондів соціального страхування громадян.

Мета статті полягає в аналізі використання фінансових ресурсів фондів соціального страхування та визначенні методичних підходів до оцінки їхньої ефективності.

Виклад основного матеріалу дослідження. Реалізація перетворень у галузі соціальної відповідальності держави вимагає довготривалих інституційних трансформацій. На сучасному етапі в Україні визначено такі види загальнообов'язкового державного соціального страхування: пенсійне страхування; у зв'язку з тимчасовою втратою працездатності; від нещасного випадку на виробництві та професійного захворювання, які спричинили втрату працездатності; страхування на випадок безробіття; медичне страхування; інші види страхування, що передбачені законом [8].

Але сьогоденна практика соціального страхування та здійснення соціальних виплат мають низку недоліків, зокрема нецільове використання коштів фондів соціального страхування через відсутність адресної спрямованості соціальних виплат, розпорошеність фондів соціального захисту, адже в країні окремий вид соціального страхування має власний соціальний фонд, діяльність якого регулюється певним законодавством (Пенсійний фонд України – Закон України «Про загальнообов'язкове державне пенсійне страхування» [7]; Фонд загальнообов'язкового державного соціального страхування України на випадок безробіття – Закон України «Про загальнообов'язкове державне соціальне страхування на випадок безробіття» [9] тощо).

Із метою врегулювання соціальних відносин та запобігання нецільовому використанню коштів соціальних фондів з 2015 р. Законом України «Про внесення змін до деяких законодавчих актів України щодо реформування загальнообов'язкового державного соціального страхування та легалізації фонду оплати праці» [6] визначено функціонування Пенсійного фонду України, Фонду соціального страхування на випадок безробіття та Фонду соціального страхування, що поєднали Фонд соціального страхування з тимчасової втрати працездатності та Фонд соціального страхування від нещасних випадків на виробництві та професійних захворювань.

Основними джерелами коштів загальнообов'язкового державного соціального страхування є внески роботодавців і застрахованих осіб. Розмір внеску визначається Верховною Радою України, Кабінетом Міністрів України здійснюється перерозподіл коштів між фондами.

Соціальні реформи, що останнім часом спостерігаються в Україні, умовно можна згрупувати за двома напрямками:

- фінансове забезпечення соціальних процесів (фінансування гарантованих державою прямих грошових виплат громадянам; фінансування пільг окремим категоріям громадян; фінансування установ соціальної сфери тощо);

- фінансове регулювання соціальних процесів (податкове регулювання доходів громадян і юридичних осіб; фінансове стимулювання створення нових робочих місць, фінансування суспільних робіт).

Необхідно відзначити, що обсяги виплат із фондів соціального страхування зростають із кожним роком. Це обумовлено декількома факторами:

- старіння населення, що позначається на збільшенні чисельності громадян країни, які виходять на пенсію за віком або за вислугою років;

- зростає кількість громадян, які одержали каліцтво на виробництві або в побуті, що також збільшує обсяги бюджетного фінансування або тимчасової, або постійної непрацездатності;

- наслідки стихійних природних явищ, які призводять до зростання витрат на підтримку потерпілих, тощо.

Так, за звітними даними Фонду соціального страхування від нещасних випадків на виробництві та професійних захворювань України, відшкодування потерпілим та їх сім'ям у 2015 р. значно різнились порівняно з 2014 р. (рис. 1).

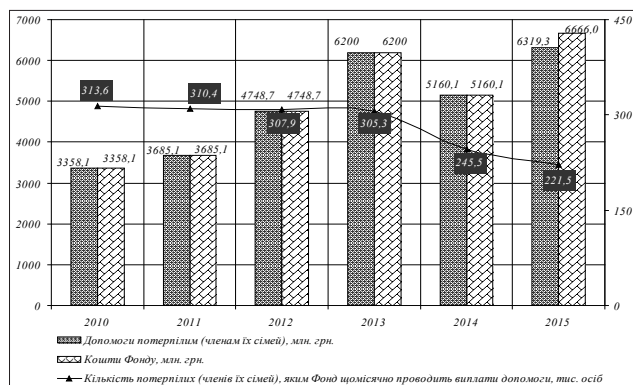


Рис. 1. Динаміка доходів та видатків Фонду соціального страхування від нещасних випадків на виробництві та професійних захворювань України за 2010–2015 рр.

Джерело: побудовано автором за даними : http://www.social.org.ua/activity/kompensac_activity

Позитивною тенденцією є зменшення кількості постраждалих із 313,6 тис. осіб у 2010 р. до 221,5 тис. осіб у 2015 р., але, урахувавши соціальні реформи, що відбуваються в державі, суми коштів, отримані постраждалими, значно вищі від 2014 р. Так, основним джерелом надходжень до бюджету Фонду соціального страхування від нещасних випадків на виробництві та професійних захворювань України є страхові внески роботодавців, які в 2015 р. становили 6635,4 млн. грн.; 3,4 млн. грн. надійшло від штрафів та пені та 27,2 млн. грн. – добровільні внески та інші надходження [12].

Із бюджету Фонду потерпілим (членам їх сімей) виплачено 6319,3 млн. грн., що на 1159,2 млн. грн., (+22,5%) більше, ніж у 2014 р. (табл. 1). На заходи із профілактики нещасних випадків на виробництві та професійних захворювань у звітному періоді

Таблиця 1

Структура видатків Фонду соціального страхування від нещасних випадків на виробництві та професійних захворювань України за 2010–2015 рр.

Показник	Роки					
	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Допомоги потерпілим (членам їхніх сімей), млн. грн.	3358,1	3685,1	4748,7	6200	5160,1	6319,3
Середньомісячний розмір страхової виплати на одного потерпілого, грн.	884,8	989,2	1338,1	1695,2	1403	1814,8
Щомісячна грошова сума в разі повної або часткової втрати працездатності, що компенсує відповідну частку втраченого заробітку, млн. грн.	2398,2	2622,9	3524,9	4759,6	4133,1	5716,5
Сума щомісячної виплати особам, які мають на неї право, у разі втрати годувальника, млн. грн.	152,9	163,8	205,9	261,6	211,4	266,2
Середньомісячний призначений розмір виплати, грн.	662	738,7	973,9	1241,4	1331,4	1581,1
Одноразова допомога в разі стійкої втрати професійної працездатності потерпілого, млн. грн.	590,6	617,9	690,7	785,7	542,4	156,5
Сума одноразової допомоги в разі смерті потерпілого та сім'ї, млн. грн.	144,5	165,1	30,1	37,9	154	17,5
Індексація грошових доходів (відповідним категоріям), млн. грн.	60,2	89,1	38,5	7	57,6	439,6

Джерело: побудовано автором за даними : http://www.social.org.ua/activity/kompensac_activity

використано 12,3 млн. грн., а кількість професійних захворювань зменшилася на 35,9%.

У структурі страхових виплат, здійснених у 2015 р., основна частина припадає на: щомісячні страхові виплати – 5982,7 млн. грн. (94,7%); одноразову допомогу – 269,4 млн. грн. (4,3%).

На виплату щомісячної грошової суми в разі часткової чи повної втрати працездатності, що компенсує відповідну частину втраченого заробітку потерпілого, за 2015 р. витрачено 5716,5 млн. грн. (+38,3%), а середньомісячний розмір призначеної виплати становив 1814,8 грн. (+29,4%).

Сума щомісячної страхової виплати особам, які мають на це право в разі втрати годувальника, у звітному періоді зросла на 26% порівняно з 2014 р., а відтак, середньомісячний призначений розмір цієї виплати становив 1581,1 грн.

Відповідно до Закону України «Про індексацію грошових доходів населення» та Порядку проведення індексації грошових доходів населення, затвердженого Постановою Кабінету Міністрів України від 17.07.2003 р. № 1078, у 2015 р. було проведено індексацію грошових доходів, що значною мірою вплинуло на зростання середнього розміру щомісячних страхових виплат потерпілим (членам їхніх сімей). Сума індексації становила 439 млн. грн., що в 7,6 разів більше, ніж у 2014 р. [12].

Ураховуючи сучасні реалії, ми вважаємо, що на державному рівні доцільно здійснити перехід від використання методів фінансового забезпечення до більш активного застосування методів фінансового регулювання і фінансового стимулювання як в економіці, так і насамперед у соціальному страхуванні. На нашу думку, у соціальному страхуванні повинні активно брати участь як роботодавці, так і самі працівники. На жаль, на сьогодні страхові внески населення до державних соціальних фондів є незначними. Так, у 2015 р. добровільні внески до Фонду соціального страхування від нещасних випадків на виробництві та професійних захворювань України становили 27,2 млн. грн. – 0,41% від отриманих коштів [12]. Окреслена ситуація зводить нанівець саму ідею соціального страхування, коли працівник своєю працею й заробітками формує страхові кошти в майбутньому на всілякі страхові події, включаючи досягнення пенсійного віку.

Ефективністю соціального страхування є результативність нагромадження й використання страхових засобів, водночас функціональною ефективністю обов'язкового державного соціального страхування є компенсація збитку постраждалому [3].

Рівень компенсації та ефективність реабілітації постраждалого доцільно розраховувати, виходячи з рівня особистого доходу постраждалого, дотримання конституційних гарантій на соціальний захист та забезпечення соціальних стандартів.

Сучасні науковці під час оцінки ефективності страхових виплат, до системи показників оцінки загальнообов'язкового державного соціального страхування відносять: рівень страхових виплат на душу населення; темпи росту страхових виплат; співвідношення страхових виплат фондів загальнообов'язкового державного соціального страхування і доходів населення України; коефіцієнт заміщення [4].

Враховуючи наявні підходи та пропозиції науковців, нами обґрунтовано методику оцінки ефективності страхових виплат (рис. 2).

На першому етапі на основі даних про суми профінансованих витрат із державних фондів соціального страхування та кількості постійного населення України визначається частка витрат фондів на одну застраховану особу. За даними щодо

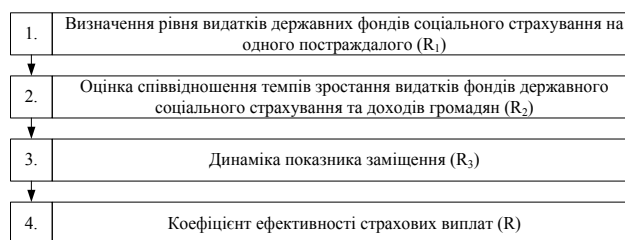


Рис. 2. Оцінка ефективності використання фінансових ресурсів фондів державних фондів соціального страхування

розміру витрат на одну особу та загального рівня доходів громадян визначається частка коштів фондів у загальних доходах населення.

Третім етапом є оцінка рівня заміщення, тобто визначення співвідношення середньої пенсії по країні та середньої заробітної плати. На основі отриманих показників визначається коефіцієнт ефективності:

$$R = \sum_{i=1}^k R_1 + \frac{R_2}{n} + R_3, \quad (1)$$

де $\sum_{i=1}^k R_1$ – сума виплат із усіх державних фондів соціального страхування на одного постраждалого; n – кількість мешканців країни.

На основі розрахованого показника приймається рішення щодо ефективності системи соціального страхування та здійснення страхових виплат. Так, якщо $R \geq 1$, система фінансування соціальних виплат вважається ефективною та самодостатньою. За умови коли дотримується нерівність $0,75 \leq R < 1$, система вважається умовно ефективною, тобто фінансові ресурси витрачаються за призначенням, але в розмірі значно меншому, ніж встановлено стандартами. Якщо ж $R < 0,75$, розподіл коштів є неефективним та вимагає значного регулятивного впливу.

Висновки. Отже, система соціального страхування в Україні знаходиться в перехідному стані, що викликане глобалізаційними перетвореннями в суспільстві. Напрями та ефективність використання коштів державних фондів соціального страхування потребують удосконалення та адаптування до європейських стандартів. Вагомим значення в наповненні фондів, контролі над їх розподілом набуває залучення застрахованих осіб до управління фондами.

Удосконалення ж фінансового механізму державного соціального страхування та функціонування страхових фондів, має здійснюватися з метою поліпшення матеріального забезпечення застрахованих осіб, ґрунтуючись на збільшенні економічно активного населення та розвитку системи заохочення роботодавців.

Література:

1. Андріїв В.В. Зміст і призначення загальнообов'язкового державного соціального страхування / В.В. Андріїв // Вісник Одеського національного університету. – 2010. – Т. 15. – Вип. 22 : Правознавство. – С. 110–115.
2. Бабич Л.М. Оптимізаційна модель фінансового механізму соціального страхування України / Л.М. Бабич, Л.І. Васечко // Актуальні проблеми економіки. – 2009. – № 1(91). – С. 158–170.
3. Білик О.І. Перспективи реформування вітчизняної системи соціального страхування / О.І. Білик // Ефективна економіка. – 2014. – № 7 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.economy.nayka.com.ua/>.
4. Васечко Л.І. Структурні компоненти фінансового механізму соціального страхування / Л.І. Васечко // Вісник Київського наці-

- онального університету технологій та дизайну. – 2011. – № 4. – С. 139–144.
5. Коваль О.П. Удосконалення системи загальнообов'язкового державного соціального страхування в Україні / О.П. Коваль // Стратегічні пріоритети. – 2013. – № 3(28). – С. 51–58.
 6. Про внесення змін до деяких законодавчих актів України щодо реформування загальнообов'язкового державного соціального страхування та легалізації фонду оплати праці : Закон України від 28.12.2014 р. № 77-VIII. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/77-19>.
 7. Про загальнообов'язкове державне пенсійне страхування : Закон України від 09.07.2003 р. № 1058-IV (у редакції від 15.04.2016 р.) [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/1058-15>.
 8. Про загальнообов'язкове державне соціальне страхування : Закон України від 23.09.1999 р. № 1105-XIV (у редакції від 01.04.2016 р.) [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/1105-14>.
 9. Про загальнообов'язкове державне соціальне страхування на випадок безробіття : Закон України від 02.03.2000 р. № 1533-III (у редакції від 19.05.2011 р.) [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/1533-14/ed20120429>.
 10. Сидорчук А. Напрями покращення використання фінансових ресурсів державного соціального страхування в Україні / А. Сидорчук // Світ фінансів. – 2010. – № 2. – С. 33–43.
 11. Тропіна В. Роль соціального страхування у фінансуванні державних соціальних гарантій / В. Тропіна, Д. Суховий // Вісник Київського національного університету ім. Тараса Шевченка. Економіка. – 2013. – Вип. 8(149). – С. 22–25.
 12. Офіційний сайт Фонду соціального страхування від нещасних випадків на виробництві та професійних захворювань України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.social.org.ua/activity/kompensac_activity.

Серватинская И.Н. Методика оценки использования финансовых ресурсов в государственных фондах социального страхования

Аннотация. В статье проанализировано формирование и распределение финансовых ресурсов государственных фондов общеобязательного социального страхования. Современное состояние государственных фондов социального страхования характеризуется отсутствием сбалансированности государственных обязательств и финансовых ресурсов, которые направляются на их покрытие. По результатам исследования обоснованы основные направления оценки эффективности использования финансовых ресурсов фондов.

Ключевые слова: социальное страхование, государственные фонды социального страхования, работодатели, застрахованные лица, компенсационные выплаты.

Servatynska I.M. Technique of estimation use of financial resources in the public social insurance funds

Summary. The government has established a system of legal, economic and organizational norms aimed at material compensation in case of change in the social status to the population of Ukraine. Current status of the Social Insurance Fund Ukraine is characterized by a lack of balance in government obligations and financial resources allocated for their coverage. According to the research the basic ways of improving the efficiency of their spending suggested.

Keywords: social insurance, state social insurance funds, employers, insured persons, compensation payments.

*Швець Ю.О.,**к.е.н.,**викладач кафедри фінансів та кредиту,
Запорізький національний університет**Цикало К.С.,**студентка,**Запорізький національний університет*

ПРОБЛЕМИ ЗАЛУЧЕННЯ ВКЛАДІВ ФІЗИЧНИХ ОСІБ КОМЕРЦІЙНИМИ БАНКАМИ УКРАЇНИ ТА ШЛЯХИ ЇХ ВИРІШЕННЯ

Анотація. Статтю присвячено дослідженню сучасного стану та проблем залучення вкладів фізичних осіб комерційними банками України. Розглянуто основні теоретичні та нормативно-правові аспекти залучення вкладів фізичних осіб. Проаналізовано динаміку розвитку депозитних операцій та їх сучасний стан. Виявлено основні проблеми залучення вкладів та запропоновано заходи збільшення депозитних ресурсів банків України.

Ключові слова: депозит, вклад, комерційні банки, строкові депозити, депозити на вимогу, річна ставка за депозитами.

Постановка проблеми. Розвиток ринкової економіки України, значущість якої підвищується за умов інтеграційних процесів та переорієнтування на нові ринки збуту, можливий лише за умови реформування всіх ланок економіки та фінансової системи країни в цілому. Переоснащення, модернізація та ефективна робота підприємств неможливі без залучення додаткових запозичених коштів, основним кредитором яких можуть бути комерційні банки. Проте сучасні обсяги ресурсів комерційних банків унеможливають кредитування в обсягах, необхідних для реформування економіки. Вільні кошти фізичних осіб, представлені їх заощадженнями, доцільно залучити в депозити, які наповнять ресурсну базу комерційних банків. Дослідження проблем залучення вкладів фізичних осіб як важливого джерела ресурсів банків є особливо актуальним за сучасних умов. Важливість даного питання пояснюється кризою банківської системи України, зниженням рівня ліквідності та платоспроможності банків та, як наслідок, банкрутством.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Різні аспекти проблем залучення депозитів фізичних осіб досліджували такі українські вчені: Дзюблук О.В. [6], Береславська О.І. [1], Гончарук К.В. [3], Матлага Л.О. [11], Чернишова А.В. [13], Юрик С.О. [15]. Однак незважаючи на значну кількість наукових робіт вітчизняних та зарубіжних учених, не до кінця залишаються дослідженими причини, які стримують розвиток депозитних операцій в Україні, а також перешкоджають зверненню населення до банківських установ.

Мета статті полягає в аналізі сучасного стану і проблем залучення вкладів фізичних осіб та розробці шляхів для їх усунення.

Виклад основного матеріалу дослідження. У літературі немає єдиного визначення понять «депозит» та «вклад». Деякі автори ототожнюють дані поняття, а інші наголошують на від-

мінностях між ними. Основною відмінністю даних дефініцій є можливість залучення в депозити банківських металів та інших цінностей, у той час як у вклади приймають лише грошові кошти в готівковій та безготівковій формах [3]. Варто відзначити, що чинне законодавство ототожнює дані поняття. Так, згідно із Законом України «Про банки і банківську діяльність», вклад (депозит) – це кошти в готівковій або в безготівковій формі, у валюті України або в іноземній валюті, які розміщені клієнтами на їх іменних рахунках у банку на договірних засадах на визначений строк зберігання або без зазначення такого строку і підлягають виплаті вкладнику відповідно до законодавства України та умов договору [7].

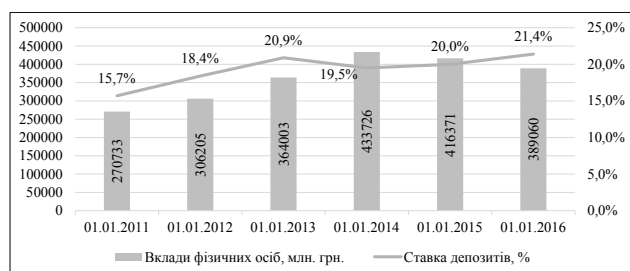
Відповідно, варто розглянути класифікацію депозитів. У науковій літературі депозити класифікують за двома основними ознаками. За категорією вкладників виділяють: депозити фізичних осіб, депозити суб'єктів господарювання, депозити банків. Причому якщо розглядати розміщення депозитів небанківськими установами, то 52% припадає саме на фізичних осіб, а на юридичних – 48% відповідно [4].

За строками використання коштів депозити поділяють на: депозити до запитання та строкові депозити [6]. Депозити до запитання залучаються у банк на невизначений строк, унаслідок чого є більш нестабільними для банків та більш надійними для депонента. Ці депозити можуть використовуватись для здійснення поточних розрахунків та можуть бути вилучені за бажанням депонента у будь-який час.

Строкові депозити розміщуються на визначений строк та не використовуються для поточних розрахунків. Оскільки для банків дані депозити є більш надійними, за ними пропонуються вищі ставки, які диференціюються залежно від терміну зберігання [6].

Якщо розглядати депозити фізичних осіб, то близько чверті їх обсягу припадає на депозити на вимогу із суттєвими відмінностями під час розгляду валюти депонування: 35% – у національній валюті та 17% – в іноземній [5]. Аналізуючи стан розвитку депозитів фізичних осіб варто наголосити, що спостерігається тенденція до збільшення їх обсягів та збільшення відсоткових ставок за ними із незначними коливаннями. Зокрема, станом на початок 2014 р. депозити фізичних осіб становили 433,7 млрд. грн., що на 60% більше, ніж у 2011 р. (рис. 1).

За даними рис. 1. видно, що криза, що почала розгортатися наприкінці 2013 р., здійснила значний вплив і на банківську систему, проте саме на депозитні операції її вплив був незначним: за 2014 р. обсяги депозитів фізичних осіб зменшилися лише на 4%, за 2015 р. – на 6,5%. Станом на початок 2016 р.



* без урахування неплатоспроможних банків

Рис. 1. Динаміка вкладів фізичних осіб та відсоткових ставок за ними по Україні за 2011–2015 рр.

Джерело: складено за статистичними даними НБУ [2; 12]

на балансах комерційних банках України (крім неплатоспроможних) нараховувались депозити фізичних осіб на суму 389 млрд. грн. [12].

Для відкриття депозитів фізичні особи, як правило, обирають великі за обсягами активів та більш надійні, на їх думку, банки. Варто зазначити, що на 13 найбільших банків України припадає 80,46% загального обсягу депозитів фізичних осіб (табл. 1).

Таблиця 1

Обсяг депозитів фізичних осіб станом на 01.10.2015 р.

Назва банку	Коштів фізичних осіб, грн.	% до загальної суми депозитів фізичних осіб по Україні
ПАТ «КБ «ПриватБанк»	121 546 879	34,30%
АТ «Ощадбанк»	42 614 214	12,03%
АТ «Укресімбанк»	22 152 864	6,25%
АТ «Райффайзен Банк Аваль»	14 892 902	4,20%
ПАТ «ПУМБ»	12 574 970	3,55%
ПАТ «УКРСОЦБАНК»	12 066 708	3,41%
ПАТ «АЛЬФА-БАНК»	11 336 006	3,20%
ПАТ «СБЕРБАНК»	9 919 126	2,80%
АТ «УкрСибБанк»	9 902 710	2,79%
АБ «УКРГАЗБАНК»	8 663 994	2,44%
ПАТ «Промінвестбанк»	7 638 501	2,16%
АТ «ОТП Банк»	7 663 019	2,16%
ПАТ «ВТБ БАНК»	4 127 159	1,16%

Джерело: складено за статистичними даними НБУ [4]

За даними табл. 1. видно, що абсолютним лідером на ринку депозитних операцій із фізичними особами є ПАТ «КБ «ПриватБанк», ринкова частка якого становить 34,3% усього обсягу даних депозитів, тобто 121,5 млрд. грн. Банк приділяє значну увагу приватним клієнтам та наразі пропонує депозити до запитання та вісім видів вкладів на строк від місяця до року з можливістю його продовження в національній валюті, доларах США та євро. Значно поступаючись лідеру, у трійку також увійшли АТ «Ощадбанк» та АТ «Укресімбанк» із ринковою часткою 12,03% та 6,25% відповідно.

Незважаючи на суттєві обсяги депозитів, велика кількість грошових коштів ще знаходиться поза банківською системою. В Україні існує безліч перешкод до залучення вільних грошових коштів фізичних осіб на депозити у банківські установи, тому розглянемо основні з них.

Серед основних причин недостатнього розвитку депозитів часто називають низькі відсоткові ставки, які не формують прийнятний для депонента рівень доходу.

За строковими депозитами в національній валюті комерційні банки пропонують близько 20% річних із різницею в 1–3% між короткостроковими та довгостроковими депозитами. Річна ставка протягом останніх п'яти років не зазнавала значних змін, маючи лише незначні коливання в 2011–2012 рр. та у 2013 р. (рис. 2). Проте на відміну від відносної стабільності ставок економіка країни та курс гривні залишаються нестійкими. Національна валюта почала стрімко знецінюватись уже наприкінці 2013 р., а на початку 2015 р. річний рівень інфляції перевищив річні ставки за депозитами. Загалом, офіційний рівень інфляції майже у два рази вище за ставки за депозитами, що робить їх розміщення недоцільним для населення.

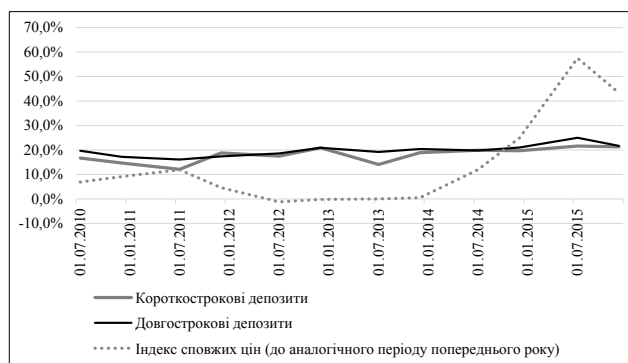


Рис. 2. Ставки за строковими депозитами фізичних осіб у національній валюті, %

Джерело: складено за статистичними даними НБУ та Держкомстату [2; 10]

Зовсім інша ситуація спостерігається за депозитами в іноземній валюті, особливо в доларах США та євро. Через брак валютних цінностей у банківських установах та системі загалом банки встановлюють достатньо високі ставки за цими депозитами. За депозитами, розміщеними в доларах США, на початку 2016 р. українські банки пропонували близько 7–9% річних [2], у той час як у США та західноєвропейських країнах річна ставка не перевищує 2% [16]. Отже, ставки за депозитами не є першопричиною недостатнього обсягу депозитів фізичних осіб.

Більш пріоритетним для фізичних осіб є можливість повернення грошових коштів та відсотків за ними. У більшій частини населення, вихованої за радянських умов та непристосованої до ринкової економіки, передчасно виникає недовіра до будь-яких фінансово-кредитних інститутів, у тому числі банків. Суттєву роль у цьому зіграла втрата заощаджень вкладників Ощадбанку колишнього СРСР, за якої українцям заборгували 131,96 млрд. грн. (сума станом на 01.10.1996 р.) [14]. Неодноразово держава намагалась виплатити компенсації за цими вкладами, проте за 1997–2010 рр. було виплачено лише 10,65 млрд. грн., отже, більшість українців так і не отримали свої вклади [14].

Крім того, гарантування вкладів фізичних осіб забезпечується Законом України «Про систему гарантування вкладів фізичних осіб», метою якого є захист прав і законних інтересів вкладників банків, зміцнення довіри до банківської системи України, стимулювання залучення коштів у банківську систему України та забезпечення ефективної процедури виведення неплатоспроможних банків із ринку і ліквідації банків [9].

Із метою гарантування вкладів фізичних осіб у 1998 р. був заснований Фонд гарантування вкладів фізичних осіб, участь в якому обов'язкова для всіх банків, на які до того ж покладається зобов'язання сплачувати до фонду зазначені законодавством збори. Кошти Фонду спрямовуються на виплату фізичним особам утрачених унаслідок ліквідації банку вкладів та відсотків за ними, але в сумі, що не перевищує 200 000 грн. [9]. Проте у функціонуванні Фонду наразі також існує величезна кількість проблем, найголовніша з яких – банкрутства банків та значне навантаження щодо виплати вкладів. Вкладникам 56 неплатоспроможних банків вже виплачено 47,1 млрд. грн., із яких у 2014 р. – 14,6 млрд. грн., у 2015 р. – 32,5 млрд., проте Фонду все ще належить виплатити 14,7 млрд. грн. [15]. Ще одним способом страхування вкладів може бути звернення до страхових організацій, які пропонують відповідні послуги, але на сьогоднішній день страховий ринок України є недостатньо розвиненим.

За умов виникнення кризи у банківській сфері були прийняті деякі зміни до встановлених раніше законодавчих актів стосовно повернення депозитів. Варто зазначити, що з метою стабілізації банківської системи у травні 2015 р. був прийнятий Закон України «Про внесення змін до деяких законодавчих актів України щодо умов повернення строкових депозитів», який наголошує, що за вкладами на вимогу банки зобов'язані видати вклад або його частину на першу вимогу вкладника, а видача строкових вкладів до настання цього строку є неможливою, якщо це не передбачено умовами договору, що також обмежує можливість вкладників [8].

Ми вважаємо, що негативно впливає на розміщення депозитів і загальна політична та економічна криза, які підвищують у населення невпевненість в українських фінансових установах та обмежують їх фінансові можливості. За сучасних умов відстежується стрімке зростання безробіття, цін та тарифів комунальних послуг за незмінного рівня заробітної плати та навіть проблем із виплатами працівникам бюджетних установ, унаслідок чого ще більша частина грошових коштів споживається, а, відповідно, у населення залишається менше вільних грошових коштів, які б вони могли розмістити на депозитах.

Таким чином, можна виокремити такі основні проблеми залучення комерційними банками України вкладів фізичних осіб:

- недостатня кількість наявних вільних грошових коштів фізичних осіб;
- недовіра населення до будь-яких банківських установ;
- недостатня поінформованість та обізнаність населення в питаннях, що стосуються розміщення грошових коштів на депозитах;
- нестабільність банківської системи України та банкрутства банків;
- недосконала нормативна база функціонування Фонду гарантування вкладів фізичних осіб;
- низькі ставки за депозитами в національній валюті тощо.

Для розв'язання цих та інших проблем, що заважають збільшенню обсягів депозитів фізичних осіб, а відтак, і ресурсної бази українських банків, було б доцільно:

- підвищити фінансову грамотність та довіру населення до банківських установ загалом та депозитних операцій зокрема шляхом проведення інформаційних компаній, семінарів та зустрічей;

- продовжити виплати втрачених грошових коштів вкладникам Ощадбанку СРСР для зміни ставлення населення до банківських установ;
- стимулювати розробку комерційними банками нових депозитних продуктів та програм для фізичних осіб;
- прийняти окремий закон щодо регулювання депозитної діяльності в Україні;
- прийняти заходи щодо врегулювання ринку банківських послуг та підвищення рівня платоспроможності банків і підвищити вимоги до економічних нормативів для банківських установ;
- підвищити верхню межу виплат Фонду гарантування вкладів фізичних осіб;
- збільшити ресурсну базу Фонду гарантування вкладів фізичних осіб за рахунок залучення нових джерел та підвищення зборів учасників;
- стимулювати та створити сприятливі умови для розвитку страхового ринку;
- прийняти заходи щодо врегулювання економічної ситуації в країні;
- створити певні пільги та винагороди за розміщення власних фінансових ресурсів.

Висновки. Отже, нами було проаналізовано сучасний стан залучення вкладів фізичних осіб та виявлено основні проблеми їх розвитку. Ми дійшли висновку, що для ефективного функціонування банківських установ та системи загалом доцільно збільшити обсяги вкладів фізичних осіб як одного із джерел формування ресурсної бази банків. Для розв'язання визначених нами проблем було запропоновано низку заходів, які в цілому базуються на збільшенні рівня надійності банків, підвищенні довіри населення до них та стабілізації економіки країни в цілому.

Література:

1. Береславська О.І. Депозитні операції банків України: сучасний стан та напрями розвитку / О.І. Береславська, В.А. Овсяник // Фінансово-кредитна діяльність: проблеми теорії та практики. – 2013. – № 1. – С. 54–60.
2. Вартість строкових депозитів / Національний банк України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.bank.gov.ua/files/Percentlastb_DEP.xls.
3. Гончарук К.В. Сутність понять «депозит» і «вклад»: їх тождество та відмінність // Вісник ХНУ. – 2012. – № 3. – Т. 1. – С. 162–164.
4. Дані фінансової звітності банків України / Національний банк України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.bank.gov.ua/doccatalog/document?id=23432198>.
5. Депозити домашніх господарств / Національний банк України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.bank.gov.ua/files/3.2-Deposits.xls>.
6. Дзюблюк О.В. Банківські операції : [підручник] / За ред. д.е.н., проф. О.В. Дзюблюка. – Тернопіль : Економічна думка, 2009. – 696 с.
7. Закон України «Про банки і банківську діяльність» від 07.12.2000 р. № 2121-III [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/2121-14>.
8. Закон України «Про внесення змін до деяких законодавчих актів України щодо умов повернення строкових депозитів» від 14.05.2015 р. № 424-VIII [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/424-19>.
9. Закон України «Про систему гарантування вкладів фізичних осіб» від 23.02.2012 р. № 4452-VI [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/4452-17>.
10. Індекс споживчих цін / Державний комітет статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2007/ct/isc/isc_u/arh_iscpm_u.html.

11. Матлага Л.О. Проблеми та тенденції розвитку депозитної політики банківських установ України / Л.О. Матлага // Економічний аналіз : зб. наук. праць. – Тернопіль, 2014. – № 1. – Т. 15. – С. 274–283.
12. Основні показники діяльності банків України / Національний банк України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.bank.gov.ua/control/uk/publish/article?art_id=36807&cat_id=36798.
13. Чернишова А.В. Аналіз формування та використання депозитної бази банку / А.В. Чернишова // Управління розвитком. – 2013. – № 3. – С. 140–142.
14. Щодо знецінення грошових заощаджень громадян України / Міністерство економічного розвитку і торгівлі [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.me.gov.ua/Documents/Print?lang=uk-UA&id=11b3b529-c840-40d3-85b8-3945f50f650d>.
15. Юрик С.О. Основні проблеми фонду гарантування вкладів фізичних осіб в умовах банкрутства банків України / С.О. Юрик // Вісник Харківського національного університету імені В.Н. Каразіна. Серія: Економічна. – 2015. – №. 89. – С. 45–48.
16. Rates worldwide [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.deposits.org/>.

Швец Ю.А., Цыкало Е.С. Проблемы привлечения вкладов физических лиц коммерческими банками Украины и пути их решения

Аннотация. Статья посвящена изучению современного состояния и проблем привлечения вкладов

физических лиц коммерческими банками Украины. Рассмотрены основные теоретические и нормативно-правовые аспекты привлечения вкладов физических лиц. Проанализирована динамика развития депозитных операций и их современное состояние. Определены основные проблемы привлечения вкладов и предложены пути увеличения депозитных ресурсов банков Украины.

Ключевые слова: депозит, вклад, коммерческие банки, срочные депозиты, депозиты по требованию, годовая ставка по депозитам.

Shvets Y.O., Tsykalo K.S. Problems and solutions of individuals deposits attracting by commercial banks of Ukraine

Summary. The article investigates the current state and problems of individual's deposits attracting by commercial banks in Ukraine. This paper describes the main theoretical and legal aspects of retail deposits attracting. The dynamics of deposit operations and their current status is analyzed. The basic problem of attracting deposits is revealed and the measures to increase the deposit resources of Ukrainian banks are proposed.

Keywords: deposit contribution, Commercial banks, term deposits, demand deposits, annual rate on deposits.

Шмуратко Я.А.,
викладач кафедри банківської справи,
Одеський національний економічний університет

ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ВІТЧИЗНЯНОГО РИНКУ ПОХІДНИХ ФІНАНСОВИХ ІНСТРУМЕНТІВ

Анотація. У статті розглянуто результати емпіричних досліджень поточного стану та перспектив розвитку вітчизняного ринку похідних фінансових інструментів. Наведено результати кластерного аналізу опитування експертів – фахівців банківської справи Одеського регіону щодо проблем та перспектив діяльності вітчизняних банків на ринку похідних фінансових інструментів.

Ключові слова: похідні фінансові інструменти, ринок деривативів, банк, криза, банківські ризики, кластерний аналіз.

Постановка проблеми. Виклики, з якими зіткнулась Україна протягом останніх років, вимагають упровадження дієвих заходів впливу на економічний розвиток держави. Чинне місто в цьому контексті посідає розвиток фінансового та, зокрема, банківського сектору вітчизняної економіки. На виконання завдань Стратегії сталого розвитку «Україна – 2020» [1], затвердженої Президентом України, Національним банком України було розроблено та затверджено Комплексну програму розвитку фінансового сектору України до 2020 р., яка передбачає реформи в усіх сегментах фінансового сектору, у тому числі й на ринку похідних фінансових інструментів [2].

З урахуванням ролі, яку похідні фінансові інструменти відіграли в перебігу світової економічної кризи 2007–2008 рр., місто похідних фінансових інструментів у сучасній архітектурі фінансового сектору є предметом наукових досліджень та дискусій. Так, на думку У. Бафета, Д. Штігліца та інших відомих економістів, криза була зумовлена неконтрольованими та нерегульованими операціями з похідними фінансовими інструментами, особливе місто серед яких відводиться саме кредитним деривативам [3, с. 226]. На думку інших, наприклад, Нобелівського лауреата М. Міллера, природа фінансових криз знаходиться у площині політичних рішень та загальної економічної політики, а використання похідних інструментів є елементом сучасного ведення бізнесу [4]. Саме емпіричні дослідження визначення поточного стану, перспектив використання похідних інструментів дають змогу визначити чинники, які впливають на розвиток зазначеного сегменту фінансового ринку та створюють передумови вдалого втілення запланованих реформ щодо їх регулювання.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Теоретичні засади дослідження ринку похідних фінансових інструментів закладено класиками наукової думки, серед яких такі зарубіжні науковці, як: Дж.М. Кейнс, Р. Колб, Р. Мертон, Дж. Хікс, А. Фельдман та ін., які визначили сутність, функції, роль та місце ринку похідних фінансових інструментів у структурі сучасного фінансового ринку.

Серед досліджень вітчизняних науковців проблематики функціонування ринку деривативів присвячено чимало праць. Так, узагальненню світового та особливостей вітчизняного досвіду організації ринку похідних фінансових інструмен-

тів присвячені дослідження українських учених Ф. Журавки, І. Бурденка та І. Макаренка [5], Л. Примостки [6]. Особливостям використання похідних фінансових інструментів у сучасній банківській справі присвячено наукові праці О. Дзюблюка [7], Л. Кузнєцової [8; 9].

Надаючи належне доробку зазначених авторів, зауважимо, що моніторинг змін, які відбуваються у зазначеному сегменті фінансового ринку, потребують розуміння процесів, які відбуваються, та створюють умови для подальших наукових досліджень розвитку ринку похідних фінансових інструментів із метою розробки та впровадження дієвих методів регулювання.

Мета статті полягає у визначенні особливостей сучасного стану вітчизняного ринку похідних фінансових інструментів та перспектив упровадження операцій з деривативами українськими банками. Для досягнення мети у статті вирішені такі завдання: досліджено еволюцію вітчизняного ринку похідних фінансових інструментів, проаналізовано дані щодо операцій банків на ринку ПФІ, проведено анкетування фахівців банківської справи щодо поточного стану та перспектив розвитку діяльності банків на ринку ПФІ, здійснено кластерний аналіз результатів анкетування.

Виклад основного матеріалу дослідження. Аналіз розвитку світового ринку похідних фінансових інструментів свідчить, що еволюція ринку похідних інструментів тісно пов'язана з економічним розвитком суспільства, розвитком торгівлі, міжнародних відносин тощо. Суттєве зростання обсягів світового ринку деривативів, удосконалення існуючих та поява нових фінансових інструментів дає змогу стверджувати, що сучасний світовий ринок деривативів являє собою сегмент світової фінансової системи.

У вітчизняній практиці операції з похідними фінансовими інструментами відносяться до операцій на фондовому ринку, а розвиток ринку похідних нерозривно пов'язаний зі становленням і функціонуванням бірж в Україні. Аналіз статистичних звітів національного регулятора фондового ринку, звітність фондових бірж у поєднанні з дослідженнями вітчизняних науковців дали змогу виокремити три періоди розвитку вітчизняного ринку ПФІ, а саме:

- 1994–1998 рр. – період упровадження операцій із похідними фінансовими інструментами на фондових біржах країни. Як зазначає Л. Примостка, на ринку превалюють спекулятивні операції, недосконалість механізмів функціонування строкового ринку, моделей ціноутворення у поєднанні з кризою 1998 р. призвели до заборони операцій банків на строковому ринку та, зрештою, відмовою бірж від операцій із деривативами [6];

- 2003–2009 рр. – період поновлення операцій із деривативами, вдосконалення механізмів функціонування ринку. Як і у попередньому періоді, на ринку переважають спекулятивні операції, на відміну від світової практики набуває розвитку використання в якості базисних активів за похідними таких

«екзотичних» активів, як послуги телекомунікаційного зв'язку, житлові приміщення тощо [5; 6]. Обсяги ринку залишаються незначними та становлять незначну частку обсягів фондового ринку;

- 2010 р. – до сьогоднішнього – якісно новий період розвитку вітчизняного ринку похідних, пов'язаний із упровадженням провідними фондовими біржами країни світових стандартів функціонування ринку, які стосуються як організації, так й інструментів ринку похідних. У біржовий обіг упроваджено валютні, у тому числі за такими валютними парами, як «євро/долар США», «українська гривня/американський долар» та процентні деривативи, представлені ф'ючерсами на український індекс ставок за депозитами фізичних осіб, та індекс KievPrime (індекс, який розраховується компанією Thomson Reuters, на основі відсоткових ставок, пропонує для депозитів у гривні згідно з котируваннями, які надаються провідними учасниками грошового ринку України), опціони, базовим активом за якими є зазначені ф'ючерси [12; 13] Динаміка та обсяги торгівлі деривативами в Україні представлені в табл. 1.

За даними останнього річного звіту Національної комісії з цінних паперів та фондового ринку (НКЦПФР), обсяги ринку ПФІ в Україні скоротились у 2014 р. на 48,3% порівняно з показниками 2013 р. та в абсолютному вимірі складають 9,31 млрд. грн. (1% обсягів національного фондового ринку) [12]. Зазначимо, що як і світовий, вітчизняний ринок ПФІ представлено організованим та неорганізованим сегментами. Але структура вітчизняного докорінно відрізняється від структури світового ринку. На відміну від світового ринку ПФІ, де провідну роль відіграє позабіржовий сегмент, у структурі вітчизняного ринку останній становить лише 0,01% усього ринку ПФІ, що фактично свідчить про його початковий розвиток.

Аналіз світової практики свідчить, що провідне місце серед учасників ринку похідних фінансових інструментів належить банкам. Такої ж думки дотримуються і фахівці вітчизняного фондового ринку, які вважають, що потенціал вітчизняного ринку є суттєвим, але його подальший розвиток залежить від активності вітчизняних банків. Зауважимо, що діючи нормативні акти Національного банку України забороняють банкам здійснювати на біржовому ринку операції з похідними фінансовими інструментами.

Однак, незважаючи на це, аналіз річних фінансових звітів вітчизняних банків свідчить про досить високу активність банків на ринку похідних. Так, проаналізувавши річні звіти 39 банків, до яких увійшли банки, класифіковані Національним банком України як системні, банки з іноземним капіталом та банки першої групи, активи яких перевищують 0,5% активів, ми визначили, що станом на 01.01.2015 р. у портфелях 18 банків були присутні похідні фінансові інструменти. За визначенням банків, указані операції здійснюються на позабіржовому ринку та визначаються як операції з похідними фінансовими інструментами на підставі положень МСБО.

Проведений аналіз структури похідних інструментів свідчить, що у портфелях банків переважають валютні похідні. Поряд з ними банки використовують вбудовані похідні інструменти, пов'язані з державними цінними паперами, кредитними портфелями тощо.

Необхідно відзначити, що визначення показників загального обсягу похідних у портфелі українських банків ускладнюється відсутністю єдиних стандартів щодо надання окремої звітності за операціями з похідними. Так, у звітності окремих банків обсяги похідних визначаються як угоди з доданою справедливою вартістю та угоди з від'ємною справедливою вартістю, у звітності інших банків надається чиста справедлива вартість, тобто згорнуті показники за групою інструментів, що унеможливорює об'єднання даних. Проведений автором аналіз річних звітів дає змогу дійти висновку, що справедлива вартість угод із валютними форвардами та свопами з доданою справедливою вартістю становили близько 3,3 млрд. грн., а за контрастами з від'ємною справедливою вартістю – 2,7 млрд. грн. Щодо обсягів вбудованих похідних, то, наприклад, обсяги вбудованих деривативів за облігаціями внутрішньої державної позики, що обліковуються у ПАТ «Державний ощадний банк України», становили 4,3 млрд. грн.

Аналіз процесів розвитку ринку деривативів свідчить, що українські банки мають досвід сек'юритизації активів, який створює передумови впровадження та використання кредитних деривативів. Так, у 2007 р. першим банком в Україні, що здійснив сек'юритизацію, став ПАТ «ПриватБанк», який випустив спочатку єврооблігації, забезпечені іпотечними кредитами, на суму 180 млн. дол., а пізніше – єврооблігації, забезпечені автокредитами, на суму 104,5 млн. дол. У цьому ж році випуск звичайних іпотечних облігацій на суму 50 млн. грн. здійснив «Укргазбанк». Однак наявність невирішених проблем, серед яких недосконалість нормативної бази, проблеми з оподаткуванням, недостатній розвиток фондового ринку, незначна присутність на ринку повноцінних інституційних інвесторів (пенсійних фондів, страхових компаній тощо) не сприяє подальшому розвитку таких банківських операцій.

Для визначення ролі похідних фінансових інструментів у діяльності українських банків автором було проведено анкетування фахівців банківського сектора Одеського регіону. Зауважимо, що об'єктами дослідження були не банки, а саме фахівці банківського сектору (їх експертна думка) щодо поточного стану та перспектив діяльності банків на ринку похідних фінансових інструментів. Аналіз результатів анкетування сприяв можливості зробити висновки щодо чинників, які впливають на розвиток вітчизняного ринку.

Питання, які були включені до анкети, відносились до різних аспектів діяльності вітчизняних банків на ринку ПФІ та мали на меті:

- визначення масштабів діяльності банків на ринку похідних фінансових інструментів та напрями використання похід-

Таблиця 1

Обсяги торгів похідними інструментами в Україні протягом 2010–2014 рр. (млрд. грн.)

Обсяги торгів	Станом на кінець року					
	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Всього, в т.ч.:	0,1	3,75	23,99	25,91	18,01	9,4
Біржовий ринок	0,05	3,73	23,82	24,41	18,01	9,3
Позабіржовий ринок	0,05	0,02	0,17	0,13	0,0	0,1

Джерело: складено за даними [12]

них фінансових інструментів, що є найбільш перспективними в сучасних умовах;

- визначення рівня організації діяльності українських банків на ринку ПФІ;

- виявлення чинників, що найбільш істотно впливають на активність банків на ринку похідних.

За даними опитування, у жодному з банків, працівники яких прийняли участь в опитуванні, не функціонує окремий підрозділ, діяльність якого пов'язана з операціями на ринку похідних, що свідчить про те, що операції з похідними не мають характеру постійної діяльності.

Окремі питання анкети вимагали надання кількісної оцінки (ранжування) впливу: значення запропонованих питань оцінювалися за п'ятибальною шкалою, оцінка «5» характеризувала найбільший вплив (значення), а «0», відповідно, – найменший вплив (значення). Такий підхід дав змогу надати кількісну оцінку деяким показникам, а саме: щодо найбільш перспективних напрямів використання похідних та їх видів; щодо чинників, які впливають на роз-

виток діяльності банків на ринку ПФІ та ризиків, пов'язаних із діяльністю банків на ринку ПФІ. На рис. 1 наведено результати середніх значень за визначеними питаннями анкети.

Аналіз наведених даних свідчить, що на відміну від попередніх років важливість спекулятивної функції ринку похідних фінансових інструментів («отримання доходів») поступово зменшується, натомість зростає значення хеджувальної функції («управління ризиками»), що суттєво впливає як на розвиток ринку, так і на активність банків на ринку похідних.

Серед чинників, що стримують розвиток ринку, як і раніше, провідне місце належить чинникам загальносистемного характеру, а саме: недоліки законодавства, проблеми, пов'язані з розвитком інфраструктури ринку похідних фінансових, а також поточний стан розвитку ринків базових активів. Варто зазначити, що серед чинників, як мають ознаки внутрішніх, тобто таких, які залежать безпосередньо від діяльності банку, експерти визначили ризикованість діяльності банків на ринку ПФІ.

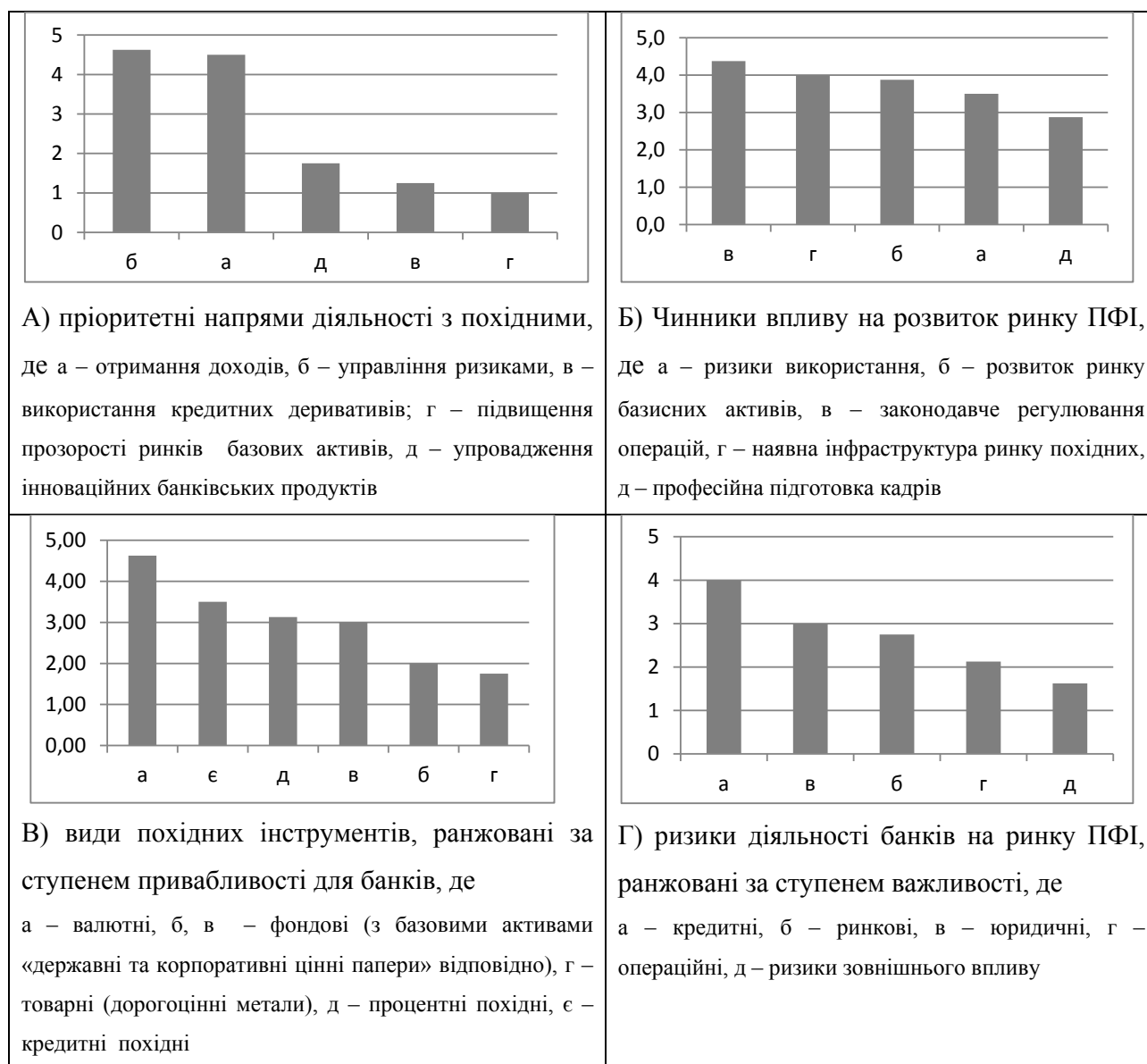


Рис. 1. Гістограма середніх значень за окремими показниками опитування

Серед ризиків, притаманних діяльності банків на ринку похідних, переважають валютний, процентний, кредитний, та операційні ризики.

Отримані результати, на нашу думку, дають уяву щодо окремих питань функціонування вітчизняного ринку ПФІ та діяльності банків у зазначеному сегменті фінансового ринку, але не є достатніми для визначення превалюючих тенденцій у поглядах банківських фахівців щодо подальшого розвитку ринку ПФІ та ролі банків у зазначених процесах. Для досягнення зазначеної мети нами було проведено кластерний аналіз результатів анкетування.

Відомо, що завданням кластерного аналізу є угруповання набору об'єктів дослідження таким чином, щоб об'єкти, які включені до однієї групи (кластеру), були би ближчими (подібними) один до одного, ніж до об'єктів інших груп (кластерів) за визначеними параметрами (змінними).

Слід зазначити, що кластерний аналіз являє собою не специфічний алгоритм, а метод вирішення завдання. До поширених алгоритмів відносяться групування за такими ознаками, як мінімальна відстань між кластерними членами, щільність області простору даних, інтервал або специфічні статистичні поширення тощо. У рамках дослідження ми використали метод К-середніх, сутність якого полягає в тому, що спочатку визначаються еталонні кластери, а потім кожний із об'єктів дослідження приєднується до найближчого еталонного кластеру. Як критерій використовується мінімальна відстань усередині кластеру відносно середнього.

За результатами кластерного аналізу результати анкетування експертів було розподілено у три кластери.

До першого, найбільшого, кластеру увійшли думки 65% опитаних експертів, які відносяться досить скептично до стану та можливих перспектив розвитку ринку ПФІ, вважаючи, що діяльність банків України на ринку ПФІ у сучасних умовах є недоцільною.

До другого кластеру (25% опитаних) увійшли експерти, які налаштовані оптимістично щодо подальшого розвитку ринку ПФІ та вважають, що діяльність банків на ринку ПФІ надає додаткові можливості для хеджування ризиків, отримання додаткових доходів, розширення послуг, які пропонуються клієнтам банків. Серед зазначеного кластеру експертів переважають ті, які безпосередньо здійснюють у банках зазначені операції.

До третього кластеру (10% опитаних) увійшли експерти, які налаштовані досить помірковано до діяльності банків на ринку ПФІ та вважають, що діяльність банків на ринку ПФІ є досить перспективним напрямом діяльності за належних умов економічного розвитку фінансового сектору України. Зазначений кластер представлений переважно експертами – менеджерами клієнтських проектів, ризик-менеджерами тощо.

Такими чином, результати проведеного аналізу свідчать, що у вітчизняному банківському секторі поступово утворюються передумови активізації діяльності банків на ринку ПФІ за умов адекватного загальноекономічного розвитку національної фінансової системи та економіки в цілому.

Висновки. Підсумовуючи результати проведеного дослідження, можна зробити сказати, що на сьогодні в Україні сфор-

мовано передумови для розвитку ринку похідних фінансових інструментів. Важливим є те, що на відміну від попередніх періодів, у професійному середовищі формується погляд на ринок ПФІ перш за все як на інструмент хеджування ризиків. Разом із тим сучасний стан вітчизняного ринку ПФІ характеризується низькою транспарентністю ринку, відсутністю узагальненої інформації щодо реального стану та обсягів ринку ПФІ, що унеможливає ефективне регулювання процесів, які відбуваються на ньому.

Подальший розвиток ринку деривативів та активізація діяльності банків у зазначеному сегменті залежить від багатьох чинників, серед яких важливе місце посідають прийняття відповідної нормативної бази та загальний розвиток національної економіки. Разом із тим реформування фінансового ринку в частині розвитку ринку ПФІ, на нашу думку, має супроводжуватись упровадженням адекватних норм регулювання діяльності економічних суб'єктів під час здійснення операцій із похідними. Однією з проблем, вирішення якої має створити підґрунтя для вдалого проведення реформ на ринку фінансових похідних інструментів, є вирішення питань транспарентності та фінансової грамотності.

Література:

1. Указ Президента від 12.01.2015 р. № 5/2015 «Про Стратегію сталого розвитку «Україна – 2020» [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon0.rada.gov.ua/laws/show/5/2015#n10>.
2. Постанова Правління Національного банку України від 18.06.2015 р. № 391 «Комплексна програма розвитку фінансового сектору України до 2020 року» [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/v0391500-15>.
3. Хайдаршина Г.А. Теоретические и методологические аспекты мониторинга западноевропейского банковского сектора : [монография] / Г.А. Хайдаршина. – Москва : Экономика, 2013. – 359 с.
4. Merton H. Miller, Do we really need more regulation of financial derivatives? / The University of Chicago Graduate School of Business, Selected Paper Number 75
5. Журавка Ф.О. Забезпечення сталого розвитку ринку похідних фінансових інструментів України : [монографія] / Ф.О. Журавка, І.М. Бурденко, І.О. Макаренко. – Суми : Папірус, 2012. – 166 с.
6. Прогнозування та хеджування фінансових ризиків : [монографія] / За ред. проф. Л.О. Примостки. – К. : КНЕУ, 2014. – 424 с.
7. Дзюблук О. Управління кредитним процесом комерційних банків у контексті мінімізації кредитного ризику із використанням новітніх фінансових інструментів / О. Дзюблук // Світ фінансів. – 2009. – № 2(19). – С. 7–17.
8. Діяльність банків на кредитному ринку в умовах асиметрії інформації : [монографія] / Л.В. Кузнєцова, Я.С. Андрєєва, Л.В. Жердецька [та ін.] ; за ред. д-ра ек. наук, проф. Л.В. Кузнєцової. – Одеса : ОНЕУ, 2015. – 289 с.
9. Кузнєцова Л.В. Інноваційні фінансові інструменти захисту банків від ризиків на кредитному ринку / Л.В. Кузнєцова // Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія «Економічні науки». – 2015. – Вип. 15. – Ч. 2. – С. 142–145.
10. Фондова біржа «Перспектива» [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://fbp.com.ua>.
11. ПАТ «Українська біржа» [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.ux.ua>.
12. Офіційний сайт Національної комісії з цінних паперів та фондового ринку [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.nssmc.gov.ua/>.

Шмуратко Я.А. Перспективы развития национального рынка производных финансовых инструментов

Аннотация. В статье рассмотрены результаты эмпирических исследований текущего состояния и перспектив развития национального рынка производных финансовых инструментов. Приведены результаты кластерного анализа анкетирования экспертов-практиков банковского дела Одесского региона относительно проблем и перспектив деятельности украинских банков на рынке производных финансовых инструментов.

Ключевые слова: производные финансовые инструменты, рынок деривативов, кризис, банковские риски, кластерный анализ.

Shmuratko Y.A. Directions of national derivatives market development

Summary. The results of empiric researches of current status and prospects of national market of derivative financial instruments development are considered in the article. Results over of cluster analysis of questionnaire of practical experts-workers of banking of the Odesa region are brought in relation to problems and prospects of activity of the Ukrainian banks at the market of derivative financial instruments.

Keywords: financial derivatives, derivatives market, crisis, bank's risk, Cluster analysis.

Юрій С.М.,

к.е.н.,

старший викладач кафедри фінансів,

Чернівецький торговельно-економічний інститут

Київського національного торговельно-економічного університету

ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ МІСЦЕВОГО САМОВРЯДУВАННЯ: ЗАКОНОДАВЧЕ ВИЗНАЧЕННЯ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ

Анотація. Статтю присвячено розкриттю сутності місцевого самоврядування як ланки бюджетної системи України відповідно до чинного законодавства. Визначено принципи місцевого самоврядування та передумови проведення реформи місцевого самоврядування. Запропоновано напрями покращання функціонування місцевого самоврядування на сучасному етапі розвитку держави.

Ключові слова: місцеве самоврядування, територіальна громада, доходи, видатки, бюджетна децентралізація, фінансова самостійність.

Постановка проблеми. Для побудови соціально спрямованої ринкової економіки одним із найважливіших питань є забезпечення фінансової незалежності місцевих органів влади. У період економічних трансформацій нашої державі необхідно здійснити глибоке реформування системи місцевого самоврядування. У нагоді на цьому шляху можуть стати як існуючий досвід зарубіжних країн, так і вітчизняні традиції, які можливо з достатньою ефективністю використовувати в нових умовах. За останні роки було активізовано багато проблемних питань щодо функціонування місцевого самоврядування, однак воно все ще вимагає вдосконалення.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питанням сутності та проблемам функціонування бюджетів місцевого самоврядування постійно приділяють увагу чимало вітчизняних науковців, зокрема: А. Бураченко [14], О. Василик [9], В. Дем'янишин [15], О. Кириленко [15], І. Луїна [16], С. Слухай [17], Т. Таукешева [13], К. Ткач [8], В. Федосов [7], С. Юрій [15] та ін.

Однак існує потреба у більш глибокому дослідженні питання функціонування системи місцевого самоврядування в Україні в контексті законодавчих змін, які впроваджені останнім часом.

Мета статті полягає у дослідженні сутності місцевого самоврядування в контексті змін вітчизняного бюджетного законодавства та окреслення перспектив розвитку і покращання його функціонування на сучасному періоді розвитку держави.

Виклад основного матеріалу дослідження. Бюджети місцевого самоврядування – бюджети територіальних громад сіл, їх об'єднань, селищ, міст (у тому числі районів у містах), бюджети об'єднаних територіальних громад, що створюються згідно із законом та перспективним планом формування територій громад [1].

Наявність системи місцевого самоврядування – спільна ознака демократичних держав всього світу. Органи місцевого самоврядування різних держав можуть відрізнятися за обсягом повноважень та ресурсів, що знаходяться в їх розпорядженні, проте суть їх функціональних обов'язків лишається незмін-

ною. Вона полягає у забезпеченні місцевого розвитку в усіх сферах, що перебувають у межах їх компетенції: економічній, соціальній, культурній тощо.

Основи місцевого самоврядування напрацьовані багаторічною практикою територіальних громад багатьох країн Західної Європи. Кращий їх досвід знайшов своє узагальнення в Європейській Хартії місцевого самоврядування, ратифікованій Законом України від 15 липня 1999 р. № 452/97-ВР [2].

Конституція України (ст. 140) визначає місцеве самоврядування як право територіальної громади – жителів села чи добровільного об'єднання в сільську громаду жителів кількох сіл, селища та міста – самостійно вирішувати питання місцевого значення в межах Конституції і законів України [3].

Конституційне нормативне визначення місцевого самоврядування дещо відрізняється від того, що сформульоване в Європейській хартії місцевого самоврядування. На відміну від Хартії, Конституція України робить акцент не на органах місцевого самоврядування, а на територіальній громаді – первинному суб'єкті місцевого самоврядування. Це свідчить, що Конституція України регулює питання місцевого самоврядування виходячи переважно з концептуальних положень громадської доктрини місцевого самоврядування, що й обумовлює певну специфіку конституційної концепції. Така специфіка полягає в тому, що Конституція України визнає право самостійно вирішувати питання місцевого значення лише за первинними територіальними громадами – жителями «природних» адміністративно-територіальних одиниць, тобто поселень або населених пунктів (сіл, кількох сіл, селищ та міст) [3].

Більш детальне нормативне визначення місцевого самоврядування надається в Законі «Про місцеве самоврядування в Україні»: «Місцеве самоврядування в Україні – це гарантоване державою право та реальна здатність територіальної громади – жителів села чи добровільного об'єднання у сільську громаду жителів кількох сіл, селища, міста – самостійно або під відповідальність органів та посадових осіб місцевого самоврядування вирішувати питання місцевого значення в межах Конституції і законів України» [4].

Місцеве самоврядування здійснюється територіальними громадами сіл, селищ, міст як безпосередньо, так і через сільські, селищні, міські ради та їх виконавчі органи, а також через районні та обласні ради, які представляють спільні інтереси територіальних громад сіл, селищ, міст.

Основними принципами місцевого самоврядування є (ст. 4) [4]: народовладдя; законність; гласність; колегіальність; поєднання місцевих і державних інтересів; виборність; правова, організаційна та матеріально-фінансова самостійність у межах повноважень, визначених цим та іншими законами; підзвітність та відповідальність перед територіальними громадами їх органів та посадових осіб; державна підтримка та гарантії міс-

цевого самоврядування; судовий захист прав місцевого самоврядування.

Система місцевого самоврядування включає (ст. 5) [4]: територіальну громаду; сільську, селищну, міську ради; сільського, селищного, міського голови; виконавчі органи сільської, селищної, міської рад; старосту.

Ухвалена Кабінетом Міністрів України 1 квітня 2014 р. «Концепція реформування місцевого самоврядування та територіальної організації влади в Україні» визначила основні шляхи вирішення проблем існуючої системи місцевого самоврядування [5]. Основними аспектами, які виокремили сутність необхідних реформ, є:

- визначення обґрунтованої територіальної основи для діяльності органів місцевого самоврядування та органів виконавчої влади;

- створення належних матеріальних, фінансових та організаційних умов для забезпечення здійснення органами місцевого самоврядування власних і делегованих повноважень;

- розмежування повноважень між органами місцевого самоврядування та органами виконавчої влади на різних рівнях адміністративно-територіального устрою за принципами субсидиарності та децентралізації;

- максимальне залучення населення до прийняття управлінських рішень, сприяння розвитку форм прямого народовладдя.

Для подальшого ефективного розвитку системи місцевого самоврядування було прийнято такі закони України, як: «Про співробітництво територіальних громад», «Про добровільне об'єднання територіальних громад», «Про засади державної регіональної політики» [6].

Одна з основних функцій місцевого самоврядування – діяльність щодо задоволення суспільних потреб, зокрема соціальний захист населення, організація освіти, охорони здоров'я населення, розвиток культури, а також діяльність, що пов'язана з наданням послуг та забезпеченням ефективного функціонування тих господарських одиниць, які надають комунальні, житлові, транспортні та інші послуги. Реалізація значної частини цих завдань потребує залучення суспільних фондів. Основним джерелом фінансування таких завдань є бюджети місцевого самоврядування, поряд з якими можуть використовуватися також і ресурси фондів цільового призначення.

Важливим є розподіл доходів і видатків між бюджетами. Цей розподіл ґрунтується на певних засадах, які обумовлені багатьма факторами, насамперед фінансовою моделлю суспільства, основами побудови податкової системи і системи доходів бюджету, формами власності тощо. Кожна країна, обираючи певну модель бюджетного устрою, встановлює систему розподілу доходів і видатків між бюджетами, яка виходить із розподілу видатків [7, с. 236].

Розподіл видатків між бюджетами ґрунтується на більш сталих засадах, оскільки визначається самим призначенням того чи іншого бюджету. Його основу становить розподіл функцій та повноважень між рівнями державної влади й управління. Видатки загальнодержавного характеру забезпечуються із центрального бюджету, видатки локального значення – із відповідних місцевих

бюджетів. Тобто все залежить від того, як оцінюється значення тих чи інших видатків. У процесі розподілу видатків можуть застосовуватися два підходи. Перший передбачає розподіл за територіальною ознакою – місцезнаходження розпорядника бюджетних коштів. Другий виходить із відомчого

підпорядкування – розпорядник отримує бюджетні кошти з бюджету того рівня, до якого належить орган управління, якому він підпорядкований.

Розподіл доходів між бюджетами є похідним від розподілу видатків між ними і має забезпечити надійність та стабільність дохідної бази бюджетів усіх рівнів. При цьому безпосередньо від зусиль відповідних органів влади й управління залежать можливості мобілізації доходів бюджету [7, с. 237].

Закріплювати видатки та функціональні повноваження слід за різними рівнями влади відповідно до адміністративно-територіального устрою країни з урахуванням тих зв'язків, що історично склалися. Чітке розмежування повноважень рівня влади дасть змогу уникнути дублювання компетенції різних рівнів та забезпечити передбачену чинним законодавством самостійність місцевих бюджетів із власними дохідними джерелами та правом визначення напрямів їх використання [8, с. 8].

Вищесказане повинно здійснюватися на основі бюджетної децентралізації, під якою розуміють процес передачі повноважень (функцій, компетентності, відповідальності) від центральних органів влади до місцевих. Іншими словами, це є перерозподіл функцій і повноважень єдиної державної влади між відповідними органами державної влади, з одного боку, і органами регіонального (місцевого) самоврядування – іншого [9, с. 56].

Тобто, таким чином центральні органи влади намагаються перекласти частину власних функцій на органи місцевого самоврядування з метою кращого надання суспільних послуг на основі принципу субсидиарності. Центральні органи влади обмежуються лише виконанням загальнодержавних функцій, які не враховують особистих інтересів громадян, а лише інтереси суспільства, у той час як максимально враховувати інтереси громадян, які проживають на певній території й об'єднані в територіальні громади, повинні органи місцевого самоврядування на основі сформованих ними фондів фінансових ресурсів.

Проте бюджетна децентралізація не повинна бути виділенням додаткових субвенцій зі збереженням фінансових схем на місцевому рівні, вона має бути принципово новою системою міжбюджетних відносин із більшою фінансовою самостійністю і, відповідно, більшою відповідальністю органів місцевого самоврядування. Бюджетна децентралізація повинна передбачати не лише нові джерела надходжень до місцевих бюджетів, але й нові інструменти впливу місцевих громад на економічне зростання адміністративно-регіональної одиниці та на нарощення бази доходів.

За даними аналітиків Асоціації міст України, останні чотири роки держава на 20% недодала коштів місцевому самоврядуванню на передані йому повноваження. Внаслідок цього органи місцевого самоврядування для забезпечення стабільного виконання делегованих державою повноважень змушені щорічно відволікати все більшу частку своїх, і без того мізерних, власних ресурсів [10].

Відповідно до Закону України «Про внесення змін до Бюджетного кодексу України щодо реформи міжбюджетних відносин» від 28.12.2014 р. № 79-VIII [11], до Бюджетного кодексу України внесені зміни, які можна охарактеризувати за такими напрямками:

- збільшення ресурсу;
- розширення дохідної бази місцевих бюджетів та закріплення за ними стабільних джерел доходів;
- нова бюджетна політика, яка створює стимули для місцевих бюджетів залучати інвестиції та розширювати свою податкову базу;

- 2) збільшення відповідальності:
 - бюджетна та фінансова самостійність місцевих бюджетів;
 - розмежування та чіткий розподіл видаткових повноважень;
- 3) адаптація фінансів до локальних потреб:
 - стимулювання територіальних громад до об'єднання;
 - ефективне вирішення локальних потреб власними ресурсами.

Держава взяла на себе повну відповідальність щодо:

- надання освітніх послуг загальноосвітніми навчальними закладами;
- забезпечення медичного обслуговування населення та заходів окремих державних програм з охорони здоров'я;
- підготовки робітничих кадрів професійно-технічними та іншими навчальними закладами державної та комунальної власності.

Із цією метою місцевим бюджетам надаються такі нові види трансфертів:

- освітня субвенція;
- медична субвенція;
- субвенція на підготовку робітничих кадрів.

Кошти цих субвенцій можуть спрямовуватися на реалізацію заходів з оптимізації мереж відповідних закладів. Залишки коштів субвенцій зберігаються на рахунках місцевих бюджетів і використовуються в наступному бюджетному періоді з урахуванням цільового призначення субвенції та на оновлення матеріально-технічної бази відповідних закладів.

Питання ресурсних можливостей місцевого самоврядування, і особливо фінансових, є одним із найбільш актуальних. Це зумовлює необхідність отримувати достовірну інформацію щодо наявного фінансового потенціалу територій.

Варто звернути увагу на те, що розвиток територій України характеризується значними відмінностями в рівнях їх соціально-економічного розвитку, неузгодженістю низки законодавчих та нормативно-правових актів, недостатньою чіткістю визначення загальнодержавної стратегії. Це зумовлює необхідність пошуку та формування ефективних механізмів функціонування та розвитку територіальних одиниць України.

Із цією метою було розроблено і затверджено «Державну стратегію регіонального розвитку на період до 2020 року», яка визначає цілі державної регіональної політики та основні завдання центральних та місцевих органів виконавчої влади й органів місцевого самоврядування, спрямовані на досягнення зазначених цілей, а також передбачає узгодженість державної регіональної політики з іншими державними політиками, які спрямовані на територіальний розвиток [12].

З урахуванням зазначеного реалізація Стратегії дасть можливість визначити інтегрований підхід до формування і реалізації державної регіональної політики, який передбачатиме поєднання таких складових частин:

- секторальної (галузевої) – підвищення рівня конкурентоспроможності регіонів шляхом оптимізації і диверсифікації структури економіки забезпечення ефективної спеціалізації регіонів із пріоритетним використанням власного ресурсного потенціалу;
- територіальної (просторової) – досягнення рівномірного та балансованого розвитку територій, розвиток міжрегіонального співробітництва, запобігання поглибленню соціально-економічних диспропорцій шляхом формування «точок зростання», активізації місцевої економічної ініці-

ативи та зміцнення потенціалу сільської місцевості, забезпечення соціально-економічної єдності і рівномірності розвитку регіонів із метою створення рівних умов для розвитку людини;

- управлінської – застосування єдиних підходів до формування і реалізації політики регіонального розвитку, створення єдиної системи стратегічного планування та прогнозування розвитку держави і регіонів, оптимізація системи територіальної організації влади.

Висновки. Головною ознакою фінансової незалежності органів місцевого самоврядування є володіння і самостійне розпорядження фінансовими ресурсами, обсяг яких відповідає функціям і завданням, що покладаються на ці органи. Фінансові ресурси необхідні місцевій владі для реалізації намічених цілей і програм економічного і соціального розвитку території відповідно до обраних пріоритетів. Фінансова незалежність місцевого самоврядування – це незалежність від загальнодержавних органів влади у прийнятті певних рішень щодо місцевих проблем і, головне, як забезпечення їхнього розв'язання за допомогою коштів.

Реформування місцевого самоврядування та територіальної організації влади призведе до:

- забезпечення доступності та якості публічних послуг;
- досягнення оптимального розподілу повноважень між органами місцевого самоврядування та органами виконавчої влади;
- визначення обґрунтованої територіальної основи для діяльності органів місцевого самоврядування та органів виконавчої влади, здатної забезпечити доступність та якість публічних послуг, що надаються такими органами;
- створення належних матеріальних, фінансових та організаційних умов для забезпечення виконання органами місцевого самоврядування власних і делегованих повноважень;
- забезпечення економічно і соціально орієнтованого виробництва;
- підвищення інвестиційної привабливості за рахунок упровадження децентралізації;
- сприяння розвитку ринкової економіки, що підвищить рівень життя населення.

Ми погоджуємося з висновками Т.Д. Таукешової та Г.В. Даудової [13], що реформування бюджетно-податкових відносин держави та місцевого самоврядування, визнання їх рівноправними суб'єктами взаємодії є можливим за чіткого розмежування повноважень між рівнями влади та забезпечення їх в повному обсязі відповідними ресурсами, виключення взаємної відповідальності за прийняті рішення, впровадження функції мотивації, яка забезпечила б можливість органам місцевого самоврядування отримувати економічну вигоду від економічного розвитку підприємств, що розташовані на відповідній території.

Література:

1. Бюджетний кодекс України від 01.10.2011 р. № 2456-17 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon1.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi>.
2. Європейська хартія місцевого самоврядування від 15.10.1985 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/994_036.
3. Конституція України : офіц. текст: за станом на 15 травня 2014 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon4.rada.gov.ua>.
4. Про місцеве самоврядування в Україні : Закон України від 21.05.1997 р. № 280/97-ВР [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon.rada.gov.ua>.

5. Про схвалення Концепції реформування місцевого самоврядування та територіальної організації влади в Україні : Розпорядження Кабінету Міністрів України від 01.04.2014 р. № 333-р [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/333-2014-p>.
6. Нормативно-правова база України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://rada.gov.ua/ru>.
7. Бюджетна система України : [підручник] / За ред. В.М. Федосова, С.І. Юрія. – Київ ; Тернопіль : Центр учбової літератури ; Економічна думка, 2012. – 871 с.
8. Ткач К.М. Ефективний розподіл бюджетних повноважень у забезпеченні фінансовими ресурсами місцевих органів влади / К.М. Ткач // Aktualni vymozhenosti vedy – 2013 [materialy IX Mexinarodni vedecko-practika konference, 27.06.2013 p. – 05.07.2013 p.]. – Praha : Education and Science, 2013. – С. 6–9.
9. Василик О.Д. Бюджетна система України / О.Д. Василик, К.В. Павлюк. – К. : Центр навчальної літератури, 2004. – 544 с.
10. Береза Б. Фінансова концентрація під гаслами децентралізації / Б. Береза [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://nv.ua/ukr/opinion/bbereza/finansova-kontsentratsija-pid-gaslami-detsentralizatsiji-72601.html>.
11. Про внесення змін до Бюджетного кодексу України щодо реформи міжбюджетних відносин : Закон України від 28.12.2014 р. № 79-УІІІ [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/79-19>.
12. Державна стратегія регіонального розвитку на період до 2020 року : Постанова Кабінету Міністрів України від 06.08.2014 р. № 385 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/385-2014-p>.
13. Таукешева Т.Д. Бюджетна децентралізація як чинник зміцнення місцевого самоврядування в Україні / Т.Д. Таукешева, Г.В. Даудова [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.kbuapa.kharkov.ua/e-book/tpdu/2015-1/doc/3/02.pdf>.
14. Бураченко А.Є. Фінансовий потенціал регіонального розвитку : [монографія] / А.Є. Бураченко. – К. : КНЕУ, 2013. – 342 с.
15. Розвиток бюджетного процесу в умовах економічних перетворень : [монографія] / С.І. Юрій, В.Г. Дем'янишин, О.П. Кириленко [та ін.] ; за ред. С.І. Юрія, В.Г. Дем'янишина. – К. : Кондор, 2012. – 376 с.
16. Луніна І.О. Бюджетна децентралізація: цілі та напрями реформ / І.О. Луніна // Економіка України. – 2014. – № 11. – С. 61–75.
17. Слухай С.В. Міжурядові трансферти: теорія і практика : [монографія] / С.В. Слухай. – К. : Аграр Медіа Груп, 2013. – 422 с.

Юрій С.М. Теоретические основы местного самоуправления: законодательное определение и перспективы развития

Аннотация. В статье раскрыта сущность местного самоуправления как звена бюджетной системы Украины в соответствии с действующим законодательством. Определены принципы местного самоуправления и предпосылки проведения реформы местного самоуправления. Предложены направления улучшения его функционирования на современном этапе развития государства.

Ключевые слова: местное самоуправление, территориальные общества, доходы, расходы, бюджетная децентрализация, финансовая самостоятельность.

Yuriy S.M. The theoretical basis of local government: legal definition and the prospects for development

Summary. The article is about the essence of the local government as the link of the budget system of Ukraine under the law. The principles of local government and the preconditions of reforming of the local government are defined. The directions of improvement of functioning of the local government on the current stage of development of the state are suggested.

Keywords: local government, territorial community, revenues, expenses, fiscal decentralization, financial independence.

БУХГАЛТЕРСЬКИЙ ОБЛІК, АНАЛІЗ ТА АУДИТ

Некрасова Л.А.,*к.е.н., доцент,**доцент кафедри економіки підприємств,**Одеський національний політехнічний університет***Некрасова К.І.,***студентка,**Одеський національний політехнічний університет*

СТРАТЕГІЧНИЙ УПРАВЛІНСЬКИЙ ОБЛІК ЯК ІНФОРМАЦІЙНЕ ПІДґРУНТЯ РОЗРОБКИ СТРАТЕГІЇ ПІДПРИЄМСТВА

Анотація. У статті на основі аналізу досліджень вітчизняних та іноземних авторів розкрито сутність стратегічного управлінського обліку. Визначено його роль як інформаційного підґрунтя прийняття рішень у кожному з п'яти взаємопов'язаних процесів розробки стратегії підприємства, а саме: визначення місії та постановка стратегічних цілей; аналіз стратегічного положення підприємства; формулювання стратегії для досягнення визначених цілей і результатів діяльності; перевірка стратегічного плану на відповідність та якість; зміна стратегічного плану або методів його реалізації. Запропоновано алгоритм і набір критеріїв для оцінки стратегії підприємства.

Ключові слова: підприємство, стратегічний управлінський облік, інформаційне забезпечення, стратегічне планування, стратегічний аналіз.

Постановка проблеми. Характерними рисами сучасної економіки є стрімкість, глобальність, оперативність, що висуває нові вимоги до управлінських структур, а саме підвищення

уваги до розроблення й обґрунтування відповідної стратегії. Формування обліково-аналітичної системи, здатної задовольнити вимоги оперативності, повноти, прозорості, достовірності інформації, передбачає постановку і введення системи управлінського обліку. Прагнення зберегти стійкість, зміцнити конкурентоспроможність неминуче призводить до питання організації стратегічного управлінського обліку, спрямованого на оцінку зовнішніх факторів кон'юнктури ринку, стратегічних змін, фінансового становища компанії. Стратегічний управлінський облік дозволяє розробити систему економічного управління, що спрямована на оптимізацію фінансових потоків організації, підвищення рівня конкурентоспроможності.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Огляд літератури стосовно зазначеної проблеми показав, що досі повного обґрунтування стратегічного управлінського обліку немає. Різні автори по-різному трактують сутність та напрями розвитку стратегічного управлінського обліку: П.Й. Атамас [1], М.А. Вахрушина [3], С.Ф. Голов [4], К. Друрі [5], М.С. Пушкар [6], Б. Райан [7], К. Уорд [8], а є і такі, що не виділяють

Таблиця 1

Підходи до розуміння сутності стратегічного управлінського обліку різними авторами

Автор	Визначення	Функції управління
П. Атамас [1, с. 387]	Стратегічний управлінський облік повинен зосередитися на зовнішніх факторах (таких як прибутковість конкурентів, частка на ринку і т. ін.), тоді як для традиційного обліку характерна зосередженість на внутрішніх процесах і явищах	Аналіз, облік
Бромвич М. [10]	Стратегічний управлінський облік - надання та аналіз фінансової інформації про ринки (на яких фірма продає свої продукти), витрати конкурентів, по структурі витрат і моніторинг стратегії підприємства і стратегій конкурентів на цих ринках протягом багатьох періодів	Аналіз, інформаційне забезпечення, планування
К. Уорд [8, с.15]	Стратегічний управлінський облік покликаний бути системою обґрунтування управлінських рішень, тобто він повинен забезпечити необхідною інформацією певних менеджерів компанії, відповідальних за прийняття стратегічних управлінських рішень	Облік, інформаційне забезпечення, планування
С. Голова [4, с.508]	Стратегічний управлінський облік – це система управлінського обліку, спрямована на прийняття стратегічних управлінських рішень	Облік
К. Друрі [5, с. 879]	Стратегічний управлінський облік повинен, в першу чергу, забезпечувати керівництво підприємства інформацією, яка допомагатиме йому досягнути, а потім підтримувати стратегічну (тобто лідерську) позицію на ринку відносно конкурентів	Інформаційне забезпечення, планування
Б. Райан [7]	Стратегічний управлінський облік – це певне поєднання управлінського обліку із системами фінансової звітності, зорієнтоване на прийняття стратегічних рішень	Облік, інформаційне забезпечення, планування
Купер Р., Каплан Р. [2]	Стратегічний управлінський облік – область, яка необхідна для підтримки конкурентної стратегії	Планування

його в окремий напрям досліджень, хоча і розкривають важливість управлінського обліку для досягнення стратегічних цілей: Аткинсон, А. Ентоні, Банкер, Д. Раджив, Роберт С. Каплан, Янг, С. Марк [2].

Виділення не вирішених раніше частин загальної проблеми. Особливу роль має проблема інформаційного забезпечення менеджерів для розробки і прийняття управлінських рішень. Однак, як показує практика, не всі організації мають, таким чином поставлений управлінський облік, щоб його інформація задовольняла стратегічним цілям управління. Тому перспективним видається виділення в складній системі управлінського обліку будь-якого підприємства стратегічного управлінського обліку для вищого керівництва і оперативного управлінського обліку для внутрішнього менеджменту. Попри розбіжності в термінології, визначенні мети, задач, об'єктів, методів у різних вітчизняних та зарубіжних дослідників, всі вони одноставно стверджують, що впровадження стратегічного управлінського обліку на підприємствах забезпечить якісніше прийняття рішень вищими менеджерами підприємства [9].

Мета статті. Головною метою цієї роботи є визначити сутність стратегічного управлінського обліку та розкрити його роль як інформаційної підтримки стратегії підприємства.

Виклад основного матеріалу. Розглянемо думки дослідників щодо сутнісної природи стратегічного управлінського обліку. Уявлення авторів з даного питання доповнені виділенням функцій управління та наведені в таблиці 1.

При класифікації функцій управління використовується принцип, що враховує зміст процесу управління. З нього випливають наступні функції управління: організація, мотивація, планування, регулювання, контроль, облік, які поєднуються в єдиний процес управління за допомогою комунікації та прийняття рішень [11].

Таким чином, ряд авторів розглядають стратегічний управлінський облік через призму стратегічного планування, ряд інших виділяють його в самостійне русло управлінського обліку, треті – отождествляють його зі стратегічним менеджментом. Перераховані автори пропонують досить змістовні визначення стратегічного управлінського обліку, роблячи акцент не тільки на функції інформаційного забезпечення, але і на функціях аналізу і планування.

Як зазначає К. Уорд, «функція управлінського обліку в межах стратегічного менеджменту полягає в тому, щоб в межах відведеного часу надавати всю потрібну інформацію для прийняття рішень менеджерами певного рівня. Однак стратегічні рішення, що приймаються в конкретній організації, можуть значно відрізнятися залежно від того, які завдання стоять перед цією організацією, а також від рівня, на якому в ній приймають ці рішення. Система стратегічного управлінського обліку повинна бути побудована так, щоб забезпечити організацію інформацією, що задовольнятиме саме ці специфічні умови прийняття стратегічних рішень, причому самі умови

можуть змінюватися в міру коректування стратегії в зв'язку зі змінами зовнішнього середовища» [8, с. 46].

Розробка стратегії на будь-якому підприємстві складається з виконання кількох функцій (етапів): аналізу стратегічного положення підприємства, формування стратегічного плану підприємства і подальшої перевірки на відповідність розробленого плану з ресурсами, доступними підприємству (рис. 1).

Розглянемо ці функції більш докладно.

Після аналізу стратегічного положення підприємства з використанням існуючих підходів до аналізу зовнішньої та внутрішньої інформації, з урахуванням місії та цілей організації, формуються параметри, прогнози і тенденції, що описують зовнішнє і внутрішнє середовища підприємства, а також характеристики різних об'єктів, що прямо або побічно впливають на нього із зазначенням можливих «точок впливу». На підставі цієї інформації, керівництво підприємства та його «мозковий центр» розробляють план заходів, що спрямований на досягнення цілей і завдань підприємства з максимальною ефективністю. Перед остаточним прийняттям плану (стратегії) він ще раз проходить перевірку на відповідність ресурсам і можливостям організації (при цьому можливості підприємства в більшості випадків можна розглядати як ресурс, тому що вони залежать від інформованості розробників стратегії – можливості, про які не знають, насправді можливостями не є).

У цій послідовності розробки стратегії існують два контури зворотного зв'язку: один виникає при відхиленні плану заходів, який не відповідає ресурсам підприємства, і другий – при нестачі або незадовільній якості інформації за будь-якого питання.

Можливо запропонувати наступний алгоритм і набір критеріїв для оцінки стратегії підприємства:

1. *Встановлення того, що розглядається саме стратегією.*

Для цього необхідно виділити глобальні цілі і реальні заходи. Кількість можливих і досить привабливих цілей, величезна, але вибір найпривабливіших небезпечний у період, коли підприємство володіє мізерними ресурсами і надзвичайно зацікавлене в їх ефективному використанні. Свідченням того,



Рис. 1. Етапи розробки стратегії підприємства

що обрана стратегія дійсно продумана і ґрунтовна, може стати ретельна оцінка всіх альтернативних можливостей.

2. Після встановлення, що у підприємства є стратегія, *аналізується, чи є обрана стратегія в будь-якому відношенні унікальною*. Найважливішим для ефективної стратегії є її унікальність, її здатність вразити використанням несподіваних можливостей.

Стратегія має наочно уявити, в чому дане підприємство відмінно від його конкурентів – у винаході, конструюванні, виробництві, продажу, доставці або обслуговуванні своєї продукції. У цієї мети послідовних кроків – від винаходу продукції до сервісного обслуговування (цілі цінностей) підприємство зобов'язане знайти щось своє, що стане основою його конкурентоспроможності (відомо, що стратегії – імітації того, що роблять сильні конкуренти, можуть поліпшити виробничі показники підприємства, але рідко ведуть до здобуття ринкової переваги). Пошук унікальності означає знаходження можливостей там, де їх не побачили конкуренти.

Можливо кілька шляхів досягнення стратегічної переваги над конкурентами:

- *концентрація на «ключових факторах успіху»*. Ідея полягає у визначенні найбільш значущих для даної галузі або виробництва групи факторів і концентрації наявних в розпорядженні підприємства ресурсів в тій області, в якій очікується досягнення найбільш значної переваги в порівнянні з конкурентами;

- *використання відносної переваги*. Під цим розуміється максимально можливе використання відмінностей в асортименті продукції або розподілі активів підприємства в порівнянні з конкурентами;

- *агресивні ініціативи*. Даний підхід полягає в руйнуванні «ключових факторів успіху», спираючись на які конкуренти досягли переваги. Для цього потрібно порушити традиції ведення господарської діяльності або прийоми дій на ринку з метою зміни правил гри, порушення поточного балансу і, таким чином, створення можливості обійти своїх конкурентів;

- *інноваційний шлях*. Полягає в ухиленні від безпосередньої конкуренції шляхом відкриття нових ринків або розробки нових виробів, впровадження в області, ще не зайняті конкурентами.

3. Наступний крок в оцінці – відповідь на питання, *вичерпує стратегія можливості, що надаються ринком* (дуже часто підприємство шукає ті ж можливості, що і будь-яке інше підприємство). Сфера пошуку нових можливостей пов'язана і з тим, що може підприємство, і з тим, що воно хоче робити. На характер вибору, що здійснюється підприємством, визначальний вплив надають корпоративні цінності – ідеї і прагнення старших менеджерів підприємства і характер його культури.

4. *Співвідношення стратегії підприємства з його ресурсами і можливостями*. В основі процесу компетентної оцінки стратегії підприємства лежить оцінка сильних і слабких сторін підприємства в контексті тих можливостей і небезпек, які надає ринок. Можливості, які не підкріплені компетентністю, не приносять результатів, тому їх визначення має супроводжуватися аналізом здібностей і ресурсів, необхідних для реалізації цих можливостей.

5. *Оцінка рівня ризику стратегії підприємства*. За самою своєю природою стратегічний вибір передбачає вкладення значних ресурсів і великий ризик з перспективою імовірно віддалених доходів. Рівень ризику важко визначити напевно,

але він повинен співвідноситися з обсягом ресурсів підприємства, а також можливостями його менеджменту і службовців. Для зниження ступеня ризику застосовуються різні прийоми: диверсифікація; придбання додаткової інформації про вибір і результати; лімітування; самострахування; страхування. Найбільш важливим і найпоширенішим прийомом зниження ступеня ризику є страхування ризику.

6. Зворотним боком ризикованості стратегії є питання, *чи містить стратегія стимули для роботи підприємства*. Жодне підприємство не змогло досягти успіхів, реалізуючи стратегії, які розходилися з інтересами середньої ланки його менеджменту і службовців. Прихильність стратегії – ключ до її ефективної реалізації, і характер стратегічного вибору, зробленого підприємством, повинен враховувати ступінь привабливості тієї чи іншої стратегії для працівників підприємства.

7. *Чи видно на ранній стадії реалізації стратегії перші ознаки її ефективності?* Стратегія – довгострокова програма, яка повинна постійно проходити оцінку і контроль. При оцінці потрібно правильно інтерпретувати отримані результати і на основі інтерпретації короткострокових результатів реалізації стратегії керівництво підприємства може визнати за необхідне перегляд положень, що лежать в основі стратегії. Таким чином, можна сказати, що після остаточного вибору однієї стратегії з можливих, яка задовольняє всім прагненням і цілям підприємства, перед її здійсненням вона ще раз перевіряється на відповідність та якість.

На рисунку 2 представлений процес обробки і аналізу зовнішньої та внутрішньої інформації і вироблення на її основі параметрів, прогнозів і т.п., необхідних для формування плану заходів (тобто стратегії підприємства).

Даний процес починається зі збору та уточнення інформації. В силу певних особливостей інформація розділена на три групи: 1) інформація про внутрішній стан підприємства (блок А3); 2) інформація про об'єктивні характеристики навколишнього середовища – забезпечує використання і облік таких елементів стратегії, як правильність вибору моменту дій і різних об'єктивних обмежень (блок А1); 3) інформація про об'єкти, дії і характеристики, які слід врахувати при розробці стратегії (блок А2). Це перш за все конкуренти, але в ряді випадків, до них слід віднести державу, партнерів, споживачів, громадськість та ін. пов'язані групи. Склад цих об'єктів визначається можливостями підприємства до впливу на них і характером цілей, що стоять перед організацією.

Після збору відповідної первинної інформації (або її уточнення) здійснюється її обробка і аналіз. Аналіз здійснюється за наступними напрямками:

1. Аналіз власного підприємства на предмет відповідності базових елементів стратегії. Це базується на концепції «досконалої» конкурентної боротьби – досягнення підприємством такого стану, при якому ніяка конкурентна боротьба неможлива («ідеальний стан»). Йдеться про вдосконалення самого підприємства до конкурентної боротьби. Хоча «ідеальний стан» є недосяжним, такий аналіз і подальше планування дій на його результатах, дозволяє підприємству постійно «бути в готовності» до боротьби, а також є своєрідними «превентивними» заходами, спрямованими на послаблення конкурентної боротьби і збільшення потенційного числа (і ступеня переваги) сильних сторін (по відношенню до «гіпотетичного» конкурента) (блок А6).

2. Порівняльний аналіз підприємства і об'єкта (конкурента) (блок А5).

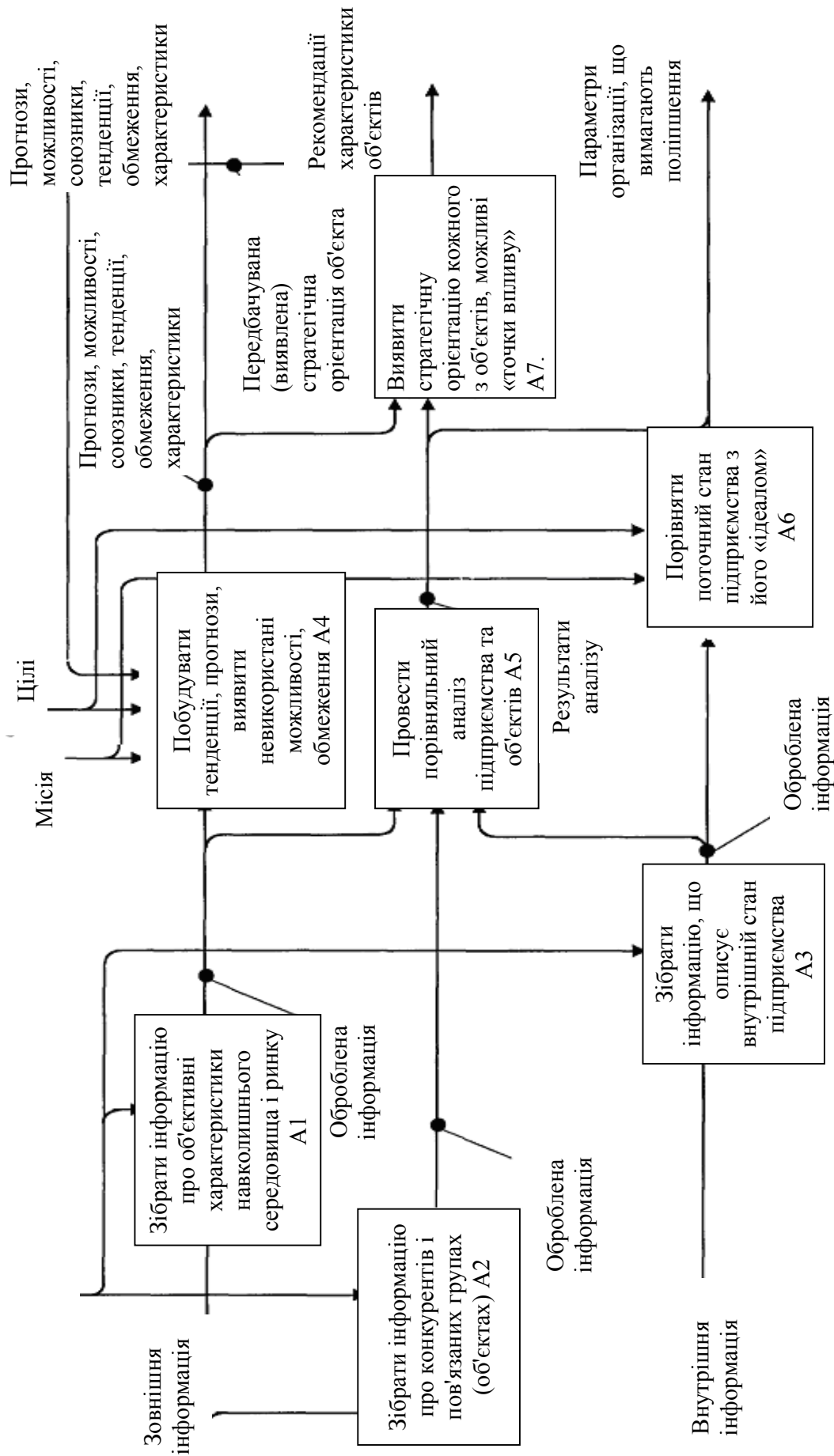


Рис. 2. Інформаційне забезпечення для розробки стратегії підприємства

При проведенні аналізу за напрямками А6 і А5 оцінці підлягають: внутрішня атмосфера компанії (спільність цілей, конфлікти, протиріччя і т.п.); кваліфікація і здатності вищих керівників і ключових фахівців (особливо, що входять в «мозковий центр»); об'єктивні зовнішні чинники (закони, нормативні акти, патенти, ноу-хау, сезонні фактори і ін.); організація компанії (структура, управління і т.п.); ресурси компанії; швидкість «проходження сигналу» і якість управління; кваліфікація і прагнення персоналу; кадрова політика, заробітна плата, винагороди та ін.

Результатом такого аналізу будуть: список сильних і слабких сторін по кожному об'єкту, а також їх об'єктивна характеристика; список параметрів підприємства, які потребують поліпшення, як з позицій «ідеальної організації», так і з позицій поліпшення становища (нарошування відносної переваги) по відношенню до кожного з об'єктів.

3. Аналіз об'єктивних характеристик навколишнього середовища з метою виявлення тенденцій, закономірностей; побудови прогнозів; пошуку нових і невикористаних можливостей (блок А4). Результатами аналізу у напрямку А4 є прогнози і характеристики зовнішнього середовища, список можливостей, в тому числі виявлення потенційних союзників/партнерів за окремими напрямками і / або на певному часовому інтервалі.

Для отримання повної та максимально об'єктивної картини потрібно розглянути розвиток ситуації в динаміці. З цієї метою на рис.2 наведено зворотний зв'язок між блоками А4 і А7. На підставі проведеного SWOT-аналізу та аналізу навколишнього середовища з'являється можливість виявити стратегічну орієнтацію об'єктів (що вельми важливо для використання такого «інструменту» як союзи) і уточнити поведінку відносних переваг і недоліків в динаміці. Це дає більш повну і достовірну картину і дозволяє намітити можливі «точки впливу» на об'єкти. Отримані результати передаються в блок «Сформувані план заходів» в якості вихідної інформації.

Висновки. Таким чином, стратегічний управлінський облік є інформаційною підтримкою управління, що полягає в забезпеченні менеджерів підприємства всією інформацією, необхідною для управління і контролю за розвитком підприємства в інтересах його власників та інших зацікавлених груп. Стратегічний управлінський облік повинен проводитися за ретельно відпрацьованою і апробованою методикою, інакше, швидше за все, він не дозволить відповісти на питання, заради яких виконується. В цілому, описаний підхід майже повністю повторює процес розробки стратегії. Якість стратегії підприємства залежить від якості і обсягу інформації для прийняття рішення та кваліфікації розробників стратегії. Ресурсне забезпечення хоча і впливає на формування стратегії, але не визначає її якість, тому що саме кваліфікація розробників стратегії визначає їх вміння користуватися для досягнення поставлених цілей як великою кількістю ресурсів, так і малим.

Література:

1. Атамас П.Й. Управлінський облік: навч. посіб. – Д.-К.: Центр навчальної літератури, 2006. – 440 с.
2. Аткинсон, Ентони А., Банкер, Раджив Д., Каплан Роберт С., Янг, Марк С. Управленческий учет / пер. с англ. – 3-е изд. – М.: Изд. дом «Вильямс», 2005. – 878 с.
3. Вахрушина М.А. Стратегический управленческий учет: полный курс MBA / М.А. Вахрушина, М.И. Сидорова, Л.И. Борисова. – М.: Рид Групп, 2011. – 192 с.
4. Голов С.Ф. Управлінський облік: підручн. – К.: Лібра, 2006. – 704 с.

5. Друри К. Управленческий и производственный учет: учебн.; пер. с англ.; – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2005. – 1071 с.
6. Пушкар М.С. Креативний облік (створення інформації для менеджерів): моногр. – Тернопіль: Карт-бланш, 2006. – 334 с.
7. Райан Б. Стратегический учет для руководителей / Пер. с англ. под ред. В.А. Микрюкова. – М.: Аудит, ЮНИТИ., 1998. – 616 с.
8. Уорд К. Стратегический управленческий учет / Пер. с англ. – М.: ЗАО «Олимп-Бизнес», 2002. – 448 с.
9. Шевчук В.Р. Стратегічний управлінський облік як система інформаційної підтримки конкурентної стратегії підприємства / В.Р. Шевчук // Вісник Національного університету «Львівська політехніка». – 2012. – № 722. – С. 281–285.
10. Bromwich M. The case for strategic management accounting: the role of accounting information for strategy in competitive markets // Accounting, Organisations and Society. 1990.
11. Мухина Е.Р. Теоретические аспекты стратегического управленческого учета как элемента эффективного управления организацией / Е.Р. Мухина // Вопросы экономики и права. – 2014. – № 8. – С. 104–109.

Некрасова Л.А., Некрасова Е.И. Стратегический управленческий учет как информационная основа разработки стратегии предприятия

Аннотация. В статье на основе анализа исследований отечественных и зарубежных авторов раскрыта сущность стратегического управленческого учета. Определена его роль как информационного обеспечения принятия решений в каждом из пяти взаимосвязанных процессов разработки стратегии предприятия, а именно: определение миссии и постановка стратегических целей; анализ стратегического положения предприятия; формулирования стратегии для достижения определенных целей и результатов деятельности; проверка стратегического плана на соответствие и качество; изменение стратегического плана или методов его реализации. Предложен алгоритм и набор критериев для оценки стратегии предприятия.

Ключевые слова: предприятие, стратегический управленческий учет, информационное обеспечение, стратегическое планирование, стратегический анализ

Niekrasova L.A., Niekrasova K.I. Strategic management accounting information as a basis of development strategy of the enterprise

Summary. The article by analyzing studies of domestic and foreign authors disclosed an essence of strategic management accounting. Identified its role as an information framework decision in each of five interrelated processes of business strategy: namely the definition of the mission statement and strategic objectives; analysis of the strategic position of the company; the formulating strategies to achieve these objectives and performance; the review of the strategic plan for compliance and quality; the changing strategic plan or method of its implementation. There are an algorithm and a set of criteria to evaluate company strategy.

Keywords: enterprise, strategic management accounting, information, strategic planning, strategic analysis.

МАТЕМАТИЧНІ МЕТОДИ, МОДЕЛІ ТА ІНФОРМАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ В ЕКОНОМІЦІ

Хасан Алі Аль-Абабнех,

к.т.н.,

аспірант кафедри міжнародної економіки,
Національний авіаційний університет

ПОБУДУВАННЯ МОДЕЛІ ВИЗНАЧЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ФУНКЦІОНУВАННЯ РЕКЛАМИ

Анотація. У статті розглянуто значимість ефективності реклами. Визначено базові характеристики рекламного процесу. Запропоновано для визначення ефективності реклами застосування математичного моделювання, що враховує специфіку взаємодії елементів та факторів впливу рекламного процесу. Описано етапи побудови моделі, що заснована на метаевристичних методах. Зроблено висновки щодо можливості застосування розробленої моделі визначення ефективності реклами на практиці та зазначено переваги даної моделі.

Ключові слова: реклама, ефективність реклами, математичне моделювання, метаевристика, нечітка нейромережа.

Постановка проблеми. Реклама являє собою важливий елемент маркетингової комунікації. Визначення ефективності реклами дає змогу прийняти раціональне управлінське рішення. Методи, що використовуються для аналізу результатів маркетингової діяльності, не дають змоги забезпечити швидке будівництво моделі з великою кількістю факторів, яка б забезпечувала високу точність. Зважаючи на це, все більшої актуальності набуває математичне моделювання як інструмент вивчення результатів процесу. У даній роботі представлений результат дослідження можливості застосування алгоритму імітації відпалу під час побудови математичної моделі визначення ефективності реклами.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Спеціалізована література містить багато інформації щодо існуючих методик визначення ефективності реклами, проте рекламна комунікація характеризується багатьма факторами, що описані лінгвістично, а застосування класичних методик не дає змоги здійснити трансформацію лінгвістичних характеристик у математичні показники і алгоритми, тому виникає необхідність застосування нечіткого моделювання, а саме моделювання із застосуванням метаевристичних методів.

Проблемам формування та розвитку вітчизняної маркетингової аналітичної системи присвятили свої роботи такі вчені та фахівці, як: О. Амоша, І. Булеєв, Ю. Гохберг, О. Мартякова, Ю. Макогон, О. Новікова, В. Новицький, В. Панков, Г. Скудар, М. Чумаченко, Н. Янковський та ін.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Застосування нечіткого моделювання під час дослідження результатів рекламної комунікації дає змогу перетворити лінгвістичні дані в математичні формули та алгоритми. Такі моделі характеризуються швидкою модифікацією та легкістю інтерпретування результатів. Проте труднощі, що виникають під час застосування класичних методів оптимізації, а саме проблема локального екстремуму, спонукають до пошуку альтернативних методів. Такими альтернативними методами можуть виступати методи метаевристики, приватним випадком яких є алгоритм імітації відпалу.

Мета статті полягає у дослідженні можливості використання нечіткого моделювання з елементами метаевристики для визначення ефективності реклами.

Виклад основного матеріалу дослідження. Реклама є невід'ємною частиною стратегії збуту. Як правило, класична реклама являє собою довгострокові проекти, ефективність яких не завжди відповідає очікуванням.

Факторів, які впливають на результат, реклами величезна кількість, як контрольованих (якість товару, ціна, сервіс та ін.), так і тих, що не залежать від рекламодавця (курс валюти, національне законодавство і т. д.). Таким чином, під час оцінки ефективності рекламного заходу доводиться стикатися з багатокритеріальною оптимізацією.

З огляду на це, пропонується спосіб побудови моделі оцінювання ефективності функціонування, який включає в себе:

- формування нечітких правил, на основі яких конструюється модель;
- створення структури моделі;
- розробку процедури оцінювання за моделлю;
- вибір критерію якості для навчання моделі;
- адаптацію параметрів моделі.

Використовувані під час побудови моделі нечіткої нейромережі нечіткі правила мають вигляд:

ПРАВИЛО k : ЯКЩО умова k ТО висновок k (F^k), (1)

де k – номер правила;

F^k – коефіцієнт визначеності, коефіцієнт впевненості або ваговий коефіцієнт нечіткого правила (приймає значення з інтервалу $[0,1]$), $k \in \overline{1,r}$;

умова k – це сукупність подумов виду:

$$\tilde{x}_1 \text{ є } \tilde{\alpha}_1^k \text{ И } \dots \text{ И } \tilde{x}_n \text{ є } \tilde{\alpha}_n^k \quad (2)$$

висновок k – це висновок виду:

$$\tilde{y} \text{ є } \tilde{\beta}^k \quad (3)$$

$\tilde{x}_i$ – ім'я вхідної лінгвістичної змінної, що відповідає фактору $i \in \overline{1,n}$;

$\tilde{y}$ – ім'я вихідної лінгвістичної змінної, що відповідає комплексному оцінюванню;

$\tilde{\alpha}_i^k$ – якісне значення змінної $\tilde{x}_i$, $k \in \overline{1,r}$, $i \in \overline{1,n}$;

$\tilde{\beta}^k$ – якісне значення змінної $\tilde{y}$, $k \in \overline{1,r}$.

Як базова модель запропонована модель чотиришарової нечіткої нейронної мережі, структура якої формується за таким принципом:

- вхідний (нульовий) шар містить нейрони, які відповідають факторам, що впливають на ефективність функціонування, кількість нейронів:

$$N^{(0)} = n; \quad (4)$$

- перший шар реалізує фазифікації (процедуру визначення

ступеня істинності підумови нечітких правил), його нейрони відповідають якісним значенням факторів, кількість нейронів:

$$N^{(1)} = \sum_{i=1}^n n_i, \quad (5)$$

де n_i – кількість якісних значень для i -ї вхідної лінгвістичної змінної;

- другий шар реалізує агрегування підумови (визначення ступеня істинності умови цього правила за ступенями істинності складових його підумови), кількість нейронів:

$$N^{(2)} = \prod_{i=1}^n n_i = r, \quad (6)$$

- третій шар реалізує активізацію правил (визначення ступеня істинності укладення цього правила за ступенем істинності його умови і його вагового коефіцієнту), його нейрони відповідають висновкам, кількість нейронів:

$$N^{(3)} = \prod_{i=1}^n n_i = r, \quad (7)$$

- четвертий (вихідний) шар реалізує агрегування висновків (об'єднання ступеня істинності однакових висновків для отримання ступеня істинності підсумкового висновку), кількість нейронів:

$$N^{(4)} = q, \quad (8)$$

де q – кількість якісних значень вихідної лінгвістичної змінної.

Розробка процедури оцінювання за моделлю включає чотири етапи:

- фазифікація;
- агрегування підумови;
- активізація висновків;
- агрегування висновків.

Фазифікація в даній роботі виконується у вигляді:

$$y_s^{(1)} = \begin{cases} 0, & x_i \leq a_i^v \\ \frac{x_i - a_i^v}{b_i^v - a_i^v}, & a_i^v \leq x_i \leq b_i^v \\ \frac{c_i^v - x_i}{c_i^v - b_i^v}, & b_i^v \leq x_i \leq c_i^v \\ 0, & x_i \geq c_i^v \end{cases}, \quad s \in \overline{1, N^{(1)}}, i \in \overline{1, N^{(0)}}, \quad (9)$$

$$v = s - \sum_{z=1}^{i-1} n_z,$$

де

- a_i^v та c_i^v характеризують основу трикутника;
- b_i^v характеризує його вершину;
- $\tilde{x}_i$ – вхідна лінгвістична змінна;
- x_i – i -та вхідна чітка змінна;
- $y_s^{(1)}$ – ступінь істинності s -ї підумови (ступінь істинності

того, що кількісному значенню вхідної нечіткої змінної x_i відповідає v -те якісне значення вхідної лінгвістичної змінної $\tilde{x}_i$).

Агрегування підумови нечіткого правила – процедура визначення ступеня істинності умови цього правила за ступенями істинності складових його підумови.

Для агрегування підумови в роботі був обраний спосіб мінімального значення, функція активації береться лінійною, тоді:

$$y_k^{(2)} = f^{(2)}\left(\min_{s \in \overline{1, N^{(1)}}} w_{sk}^{(2)} y_s^{(1)}\right) = \min_{s \in \overline{1, N^{(1)}}} w_{sk}^{(2)} y_s^{(1)}, \quad k \in \overline{1, N^{(2)}}, \quad (10)$$

де $w_{sk}^{(2)}$ – бінарна вага зв'язку, який визначається структурою моделі нечіткої нейромережі.

У даному випадку активізація укладення нечіткого правила – процедура визначення ступеня істинності укладення цього

правила за ступенем істинності його умови і його вагового коефіцієнту. Ваги зв'язків другого шару мають вигляд:

$w_{11}^{(2)=1}$	$w_{12}^{(2)=1}$	$w_{13}^{(2)=0}$	$w_{14}^{(2)=1}$	$w_{15}^{(2)=0}$	$w_{16}^{(2)=0}$	$w_{17}^{(2)=0}$	$w_{18}^{(2)=0}$	$w_{19}^{(2)=0}$
$w_{21}^{(2)=0}$	$w_{22}^{(2)=0}$	$w_{23}^{(2)=1}$	$w_{24}^{(2)=0}$	$w_{25}^{(2)=1}$	$w_{26}^{(2)=0}$	$w_{27}^{(2)=1}$	$w_{28}^{(2)=0}$	$w_{29}^{(2)=0}$
$w_{31}^{(2)=0}$	$w_{32}^{(2)=0}$	$w_{33}^{(2)=0}$	$w_{34}^{(2)=0}$	$w_{35}^{(2)=0}$	$w_{36}^{(2)=1}$	$w_{37}^{(2)=0}$	$w_{38}^{(2)=1}$	$w_{39}^{(2)=1}$
$w_{41}^{(2)=1}$	$w_{42}^{(2)=0}$	$w_{43}^{(2)=1}$	$w_{44}^{(2)=0}$	$w_{45}^{(2)=0}$	$w_{46}^{(2)=1}$	$w_{47}^{(2)=0}$	$w_{48}^{(2)=0}$	$w_{49}^{(2)=0}$
$w_{51}^{(2)=0}$	$w_{52}^{(2)=1}$	$w_{53}^{(2)=0}$	$w_{54}^{(2)=0}$	$w_{55}^{(2)=1}$	$w_{56}^{(2)=0}$	$w_{57}^{(2)=0}$	$w_{58}^{(2)=1}$	$w_{59}^{(2)=0}$
$w_{61}^{(2)=0}$	$w_{62}^{(2)=0}$	$w_{63}^{(2)=0}$	$w_{64}^{(2)=1}$	$w_{65}^{(2)=0}$	$w_{66}^{(2)=0}$	$w_{67}^{(2)=1}$	$w_{68}^{(2)=0}$	$w_{69}^{(2)=1}$

Для активізації висновків був обраний спосіб мінімального значення, функція активації береться лінійна, тоді:

$$y_k^{(3)} = f^{(2)}(w_{kk}^{(3)} y_k^{(2)}) = w_{kk}^{(3)} y_k^{(2)}, \quad k \in \overline{1, N^{(2)}}, \quad (11)$$

де $w_{kk}^{(3)}$ – вага зв'язку, $w_{kk}^{(3)} = F^k$.

Агрегування висновків – процедура об'єднання ступеня істинності однакових висновків для отримання ступеня істинності підсумкового висновку.

Для агрегування висновків був обраний спосіб максимального значення, функція активації береться лінійна. Тоді:

$$y_j = f^{(4)}\left(\max_{k \in \overline{1, N^{(3)}}} w_{kj}^{(4)} y_k^{(3)}\right) = \max_{k \in \overline{1, N^{(3)}}} w_{kj}^{(4)} y_k^{(3)}, \quad j \in \overline{1, N^{(4)}}, \quad (12)$$

де $w_{kj}^{(4)}$ – бінарна вага зв'язку, який визначається структурою моделі нечіткої нейромережі.

Вибір критерію якості для навчання моделі визначається на основі мінімуму середньоквадратичної помилки (різниці виходу за моделлю і реального виходу):

$$F = \frac{1}{P} \frac{1}{N^{(4)}} \sum_{p=1}^P \sum_{j=1}^{N^{(4)}} (y_{pj} - d_{pj})^2 \rightarrow \min_{a_i^v, b_i^v, c_i^v}, \quad (13)$$

де P – кількість тестових реалізацій;

$y_p = (y_{p1}, \dots, y_{pN^{(4)}})$ – оцінка ефективності функціонування, отримана по моделі;

$d_p = (d_{p1}, \dots, d_{pN^{(4)}})$ – реальна оцінка ефективності функціонування.

Адаптацію параметрів моделі здійснюємо на основі алгоритму клонального відбору з імітацією відпаду, оскільки способи навчання нейромережових моделей дають можливість вирішення завдання не вище 0,95, причому кращі способи мають повільне навчання, а застосування градієнтних методів до нечітких нейромереж є важким. Звідси виникає необхідність розробки нових метаевристичних способів адаптації.

Обраний алгоритм клонального відбору з імітацією відпаду включає в себе такі блоки:

- уявлення особин і створення вихідної популяції;
- завдання функції мети;
- обчислення афінності;
- оператор клонування;
- оператор мутації;
- додавання нових антитіл;
- оператор редукції;
- умова зупинки.

Подання особин і створення вихідної популяції виглядає так. В якості антитіла, яке містить значення параметрів функцій приналежності і являє собою s -ю особину популяції з речовими компонентами, виступає згенерований випадковим чином вектор:

$$h_s = (h_{s1}, \dots, h_{sK}), \quad s \in \overline{1, Q}, \quad (14)$$

$$h_{sk} = lh_k + (rh_k - lh_k)rand(), \quad k \in \overline{1, K},$$

де Q – потужність популяції;

lh_k, rh_k – ліва і права межі значень k -ї компоненти антитіла, число компонент антитіла $K=3N^{(1)}$.

Як фітнес-функцію (показника якості) пропонується використовувати критерій (13).

Афінність визначає близькість поточного антитіла до кращого антитіла і обчислюється на основі функції мети у вигляді:

$$\Phi(h_s) = 1 - \frac{F(h_s) - \min_{j \in \overline{1, Q}} F(h_j)}{\max_{j \in \overline{1, Q}} F(h_j) - \min_{j \in \overline{1, Q}} F(h_j)}, \quad s \in \overline{1, Q}, \quad (15)$$

де $\Phi(h_s) \in [0, 1]$, якщо $\Phi(h_s) = 1$, то s -оє антитіло є найкращим, якщо $\Phi(h_s) = 0$, то s -оє антитіло є найгіршим.

Оператор клонування, який дає змогу відібрати кращі особини, тобто значення параметрів функцій приналежності, які задовольняють (13), комбінується з імітацією відпаду. Це дає змогу визначити ймовірність вибору s -й особини (певних чисельних значень параметрів функцій приналежності) у вигляді:

$$q_s = \text{round}\left(\frac{g(t) - s}{g(t)} \alpha\right), \quad s \in \overline{1, g(t)}, \quad (16)$$

$$g(t) = \beta g(t-1), \quad 0 < \beta < 1, \quad g(0) = T_0, \quad T_0 > 0,$$

де t – номер ітерації;

T_0 – експериментальний параметр;

β – експериментальний параметр;

α – параметр клонування, вираховується експериментально;

$\text{round}()$ – функція, що округляє число до найближчого цілого.

Таким чином, на ранніх стадіях роботи алгоритму клонального відбору для клонування відбираються всі антитіла, що забезпечує дослідження всього простору пошуку, а на заключних стадіях відбираються тільки найкращі, що робить пошук спрямованим.

Після кросинговеру для забезпечення різноманітності антитіл, тобто значень параметрів функцій приналежності, які задовольняють (13), використовується оператор мутації. У стандартному алгоритмі клонального відбору не здійснюється мутація речових антитіл, тому для задачі оптимізації числової функції під час створення вихідної популяції формуються бінарні антитіла виду:

$$b_s = (b_{s1}, \dots, b_{s, K-E}),$$

та відповідні їм речовинні антитіла виду:

$$h_s = (h_{s1}, \dots, h_{sK}),$$

де $b_{sk} = (b_{sk1}, \dots, b_{skE})$ – бінарний вектор, що кодує k -ту речовинну компоненту антитіла h_s .

Мутація над компонентами бінарного антитіла $b_s = (b_{s1}, \dots, b_{s, K-E})$ виконується у вигляді:

$$\hat{b}_{sq} = \begin{cases} 1, & (\text{rand}() \geq p(h_s) \wedge (b_{sq} = 1)) \vee ((\text{rand}() < p(h_s)) \wedge (b_{sq} = 0)) \\ 0, & (\text{rand}() \geq p(h_s) \wedge (b_{sq} = 0)) \vee ((\text{rand}() < p(h_s)) \wedge (b_{sq} = 1)) \end{cases}, \quad (17)$$

$$p(h_s) = e^{-\alpha \Phi(h_s)}, \quad (18)$$

де α – параметр мутації, що вираховується;

$p(h_s)$ – ймовірність мутації антитіла;

$\text{rand}()$ – функція, яка повертає рівномірно розподілене випадкове число в діапазоні $[0, 1]$.

Після завершення мутації над бінарними антитілами виконується перетворення бінарного антитіла $\hat{b}_k$ в речовинне антитіло $\hat{h}_s$ у вигляді:

$$\hat{h}_{sk} = lh_k + (rh_k - lh_k) \frac{\sum_{e=1}^E (2^{E-e} \cdot \hat{b}_{s, (k-1)E+e+1-e})}{2^E - 1}, \quad k \in \overline{1, K}, \quad (19)$$

де lh_k, rh_k – ліва і права границі значень k -й компоненти антитіла.

Після мутації для забезпечення різноманітності антитіл, тобто значень параметрів функцій приналежності, які задовольняють (13), використовується додавання нових антитіл. Таке додавання дає змогу отримати нові антитіла з різко відмінними властивостями.

В якості j -го нового антитіла виступає згенерований випадковим чином вектор:

$$h_j = (h_{j1}, \dots, h_{jK}), \quad j \in \overline{1, \bar{Q}}, \quad (20)$$

$$h_{jk} = lh_k + (rh_k - lh_k) \text{rand}(),$$

є $\bar{Q}$ – потужність множини нових антитіл.

Пропонується визначити ймовірність появи антитіл за допомогою імітації відпаду у вигляді:

$$P_a = P_0 \exp(-1/g(t)), \quad (21)$$

$$g(t) = \beta g(t-1), \quad 0 < \beta < 1, \quad g(0) = T_0, \quad T_0 > 0,$$

де P_a – початкова ймовірність додавання.

В якості оператора редукції, який дає змогу вибрати особини, тобто ті значення параметрів функцій приналежності з безлічі отриманого об'єднанням попередньої популяції з результатами мутації і додавання нових антитіл, використовується комбінація рівноймовірної схеми, селекційної схеми і імітації відпаду. Рівноймовірна схема – особини попередньої популяції і особини, отримані шляхом мутації і додавання нових антитіл, об'єднуються з них випадковим чином (з однаковою ймовірністю) вибирається особина без повторень. Селекційна схема – особини попередньої популяції і особини, отримані шляхом мутації і додавання нових антитіл, об'єднуються і впорядковуються за значенням афінності. Відбираються перші кращі особини. Можливість вибору рівноймовірної схеми і ймовірність вибору селекційної схеми засновані на імітації відпаду.

Особливість запропонованої моделі в тому, що оператор клонування, який дає змогу відібрати кращі особини, комбінується з імітацією відпаду, і це дає можливість відібрати для клонування все антитіла, тобто забезпечити дослідження всього простору пошуку і на заключних стадіях відбирати тільки кращі антитіла, що робить пошук спрямованим.

Висновки. Привабливість метаевристичних методів полягає у великій стійкості. Але це методи грубої настройки, що вимагають великих часових ресурсів.

Сформовані логіко-формальні правила, що використовують адаптивний нормований поріг, дають змогу зменшити ймовірність неправильного оцінювання. А проведені чисельні дослідження способів розрахунку факторів для розробленої моделі нечіткої нейромережі дають змогу визначити, що запропонований спосіб розрахунку факторів є найбільш ефективним.

До того ж за допомогою метаевристичних обчислюється початкове наближення, локалізоване в області екстремуму, а ось на заключному етапі уточнюється положення екстремуму, і це вимагає застосування вже класичних методів оптимізації.

Література:

1. Дорошев В.И. Введение в теорию маркетинга / В.И. Дорошев. – Москва 2000. – 258 с.
2. Теория і практика еволюційного моделювання / В.В. Смельянов, В.В. Курейчик, В.М. Курейчик. – М.: Физматлит, 2003. – 432 с.
3. Кочетов Ю.А. Обчислювальні можливості локального пошуку в комбінаторній оптимізації / Ю.А. Кочетов // Журнал обчислювальної математики і математичної фізики. – 2008. – Т. 48. – № 5. – С. 747–764.
4. Пантелеев А.В. Метаевристичні алгоритми пошуку глобального екстремуму / А.В. Пантелеев. – М.: МАИ-Принт, 2009. – С. 12.

5. Ходашінський І.А. Оцінювання величин нечіткої арифметики / І.Ф. Ходашінський // Автометрія. – 2004. – № 3. – С. 21–31.
6. Espinosa J., Vandewalle J., Wertz V. Fuzzy logic, identification and predictive control. — London: Springer-Verlag, 2005. – 263 p.
7. Tron E. Mathematical modeling of observed natural behavior: a fuzzy logic approach / E. Tron, M. Margaliot // Fuzzy Sets and Systems. – 2004. – Vol. 146. – P. 437–450.

Хасан Али Аль-Абабнех. Построение модели определения эффективности функционирования рекламы

Аннотация. В статье рассмотрена значимость определения эффективности рекламы. Определены базовые характеристики рекламного процесса. Предложено для определения эффективности рекламы применение математического моделирования, учитывающего специфику взаимодействия элементов и факторов влияния рекламного процесса. Описаны этапы построения модели, основанной на метаэвристических методах. Сделаны выводы о возможности применения разработанной модели определения эффективности рекламы на практике и указаны преимущества данной модели.

Ключевые слова: реклама, эффективность рекламы, математическое моделирование, метаэвристика, нечеткая нейросеть.

Hassan Ali Al-Ababneh. Constructing a model of determining the efficiency of advertising

Summary. The article discusses the importance of determining the effectiveness of advertising. Determined the basic characteristics of the advertising process. It is proposed to determine the effectiveness of advertising the use of mathematical modeling that takes into account the specificity of the interaction of elements and factors influence the advertising process. Stages of building a model based on metaevristichnih methods. Conclusions on the possibility of application of the developed model for determining the effectiveness of advertising in practice and given the advantage of this model.

Keywords: advertising, advertising effectiveness, mathematical modeling, metaevristika, fuzzy neural network.

ЗМІСТ

ЕКОНОМІЧНА ТЕОРІЯ ТА ІСТОРІЯ ЕКОНОМІЧНОЇ ДУМКИ

Коваленко Н.П., Коваленко И.Н.

О ПРИМЕНЕНИИ МОДЕЛЕЙ МЕНЕДЖМЕНТА К ИССЛЕДОВАНИЮ
ПРОЦЕССОВ ИЗМЕНЕНИЙ.....

4

СВІТОВЕ ГОСПОДАРСТВО І МІЖНАРОДНІ ЕКОНОМІЧНІ ВІДНОСИНИ

Хан Ю.А.

ЗЕРНОВАЯ ПОЛИТИКА КАЗАХСТАНА В УСЛОВИЯХ ЕВРАЗИЙСКОЙ ИНТЕГРАЦИИ..... 10

Неботов П.Г., Новодережкін В.І., Новодережкіна К.В., Іванов Є.І.

РЕГУЛЮВАННЯ ВІТЧИЗНЯНОГО ЕКСПОРТУ БРУХТУ ЧОРНИХ МЕТАЛІВ:
ОЦІНКА ВПЛИВУ НА РОЗВИТОК СЕКТОРІВ ЕКОНОМІКИ
ТА ЗАГАЛЬНИЙ ДОБРОБУТ В УКРАЇНІ.....

17

Петько С.М.

СТРАТЕГІЧНІ ОРІЄНТИРИ АМЕРИКАНСЬКИХ КОРПОРАЦІЙ
НА РИНКУ ФІНАНСОВИХ ПОСЛУГ.....

23

Полякова Ю.В.

ВИКЛИКИ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ ОСВІТНЬОГО ПРОСТОРУ ДЛЯ ВИЩОЇ ОСВІТИ 29

ЕКОНОМІКА ТА УПРАВЛІННЯ НАЦІОНАЛЬНИМ ГОСПОДАРСТВОМ

Танклевська Н.С., Потравка Л.О.

ОЦІНКА СОЦІАЛЬНО-ЕКОЛОГІЧНИХ НАСЛІДКІВ ТРАНСФОРМАЦІЙ
АГРАРНОГО СЕКТОРА ЕКОНОМІКИ.....

34

Недбалюк О.П.

НОВИЙ ПОГЛЯД НА ЗМІСТ ТЕОРІЇ ВАРТОСТІ ЯК ОСНОВА КОНЦЕПЦІЇ
ЕКОНОМІЧНОГО ЗРОСТАННЯ В УКРАЇНІ.....

39

Парій Л.В.

МАРКЕТИНГОВА ТОВАРНА ПОЛІТИКА ВИРОБНИКІВ СИРУ
НАЦІОНАЛЬНОГО ГОСПОДАРСТВА.....

44

Пілявець В.М.

ІННОВАЦІЙНО-ІНВЕСТИЦІЙНА СТРАТЕГІЯ РОЗВИТКУ ОЛІЄЖИРОВОГО
ПІДКОМПЛЕКСУ УКРАЇНИ ТА ШЛЯХИ ЇЇ РЕАЛІЗАЦІЇ.....

48

Пугачевська К.Й.

СФЕРА ПОСЛУГ В УКРАЇНІ: ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ
ТА СТРАТЕГІЧНІ ПЕРСПЕКТИВИ

52

Тимошенко О.В.

СИСТЕМА ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ НАЦІОНАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ
ТА КОМПЛЕКСНИЙ МЕХАНІЗМ ЇЇ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ.....

56

Шульга О.А.

ЗМІСТ І РЕЗУЛЬТАТИ АГРАРНИХ ПЕРЕТВОРЕНЬ У КРАЇНАХ
ЦЕНТРАЛЬНО-СХІДНОЇ ЄВРОПИ.....

62

ЕКОНОМІКА ТА УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВАМИ

<i>Соколова Л.В., Колісник О.В., Соколов О.Є.</i> ДОСЛІДЖЕННЯ ФІНАНСОВОГО СТАНУ ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ МАЛОГО БІЗНЕСУ.....	68
<i>Гаврись О.М., Ковшик В.І.</i> ПРИЙНЯТТЯ УПРАВЛІНСЬКИХ РІШЕНЬ У КОНТЕКСТІ УПРАВЛІННЯ ЛОГІСТИЧНИМИ ВИТРАТАМИ.....	73
<i>Міщенко В.С.</i> ВПЛИВ СЕЗОННОСТІ НА ВИРОБНИЦТВО ПРОДУКЦІЇ МОЛОЧНОГО СКОТАРСТВА	77
<i>Осаул А.О.</i> ВИКОРИСТАННЯ СТРАТЕГІЇ УПРАВЛІННЯ ЖИТТЄВИМ ЦИКЛОМ ПРОДУКЦІЇ НА ПІДПРИЄМСТВАХ МАШИНОБУДУВАННЯ.....	80
<i>Рубан В.В.</i> ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ВИЗНАЧЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ.....	84
<i>Чернова Х.Г.</i> ЕФЕКТИВНЕ ВИКОРИСТАННЯ СОЦІАЛЬНИХ МЕДІАКАНАЛІВ НА HANDMADE-РИНКУ.....	88
<i>Черняк Г.М.</i> ОБГРУНТУВАННЯ ТА ВИБІР СТРАТЕГІЇ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ ЕНЕРГЕТИЧНИХ ПІДПРИЄМСТВ	92
<i>Шишко В.І., Костюшко Е.Т.</i> НАЗВАНИЕ И СЛОГАН КАК ОСНОВНЫЕ АТТРИБУТЫ БРЕНДА (НА ПРИМЕРЕ РЫНКА ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ Г. ГРОДНО).....	97

РОЗВИТОК ПРОДУКТИВНИХ СИЛ І РЕГІОНАЛЬНА ЕКОНОМІКА

<i>Солоха Д.В., Белякова О.В.</i> ВИЗНАЧЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ВПРОВАДЖЕННЯ ЕКОЛОГІЧНИХ ІННОВАЦІЙ У ПРОМИСЛОВИЙ СЕКТОР ЕКОНОМІЧНОЇ СИСТЕМИ РЕГІОНУ.....	102
<i>Сімків Л.Є., Даляк Н.А.,</i> ВПЛИВ ІНВЕСТИЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ НА ЕКОНОМІЧНЕ ЗРОСТАННЯ В УКРАЇНІ.....	108
<i>Холоменюк І.М.</i> ДЖЕРЕЛА ТА ПРОБЛЕМИ ФІНАНСУВАННЯ РОЗВИТКУ МАЛОГО ТА СЕРЕДНЬОГО БІЗНЕСУ: ВІТЧИЗНЯНИЙ ТА ЗАКОРДОННИЙ ДОСВІД.....	113

ДЕМОГРАФІЯ, ЕКОНОМІКА ПРАЦІ, СОЦІАЛЬНА ЕКОНОМІКА І ПОЛІТИКА

<i>Хитра О.В.</i> СИНЕРГЕТИЧНІ АСПЕКТИ СТВОРЕННЯ ТА ФУНКЦІОНУВАННЯ УПРАВЛІНСЬКОЇ КОМАНДИ.....	118
---	------------

ГРОШІ, ФІНАНСИ І КРЕДИТ

<i>Савченко Т.Г., Миненко Л.М.</i> РОЗВИТОК КОНСОЛІДОВАНОГО БАНКІВСЬКОГО НАГЛЯДУ НА ОСНОВІ ІМПЛЕМЕНТАЦІЇ МІЖНАРОДНОГО ДОСВІДУ ВИЗНАЧЕННЯ СИСТЕМНО ВАЖЛИВИХ БАНКІВ.....	128
<i>Серватинська І.М.</i> МЕТОДИКА ОЦІНЮВАННЯ ВИКОРИСТАННЯ ФІНАНСОВИХ РЕСУРСІВ У ДЕРЖАВНИХ ФОНДАХ СОЦІАЛЬНОГО СТРАХУВАННЯ.....	132
<i>Швець Ю.О., Цикало К.С.</i> ПРОБЛЕМИ ЗАЛУЧЕННЯ ВКЛАДІВ ФІЗИЧНИХ ОСІБ КОМЕРЦІЙНИМИ БАНКАМИ УКРАЇНИ ТА ШЛЯХИ ЇХ ВИРІШЕННЯ.....	136
<i>Шмуратко Я.А.</i> ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ВІТЧИЗНЯНОГО РИНКУ ПОХІДНИХ ФІНАНСОВИХ ІНСТРУМЕНТІВ.....	140
<i>Юрій С.М.</i> ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ МІСЦЕВОГО САМОВРЯДУВАННЯ: ЗАКОНОДАВЧЕ ВИЗНАЧЕННЯ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ.....	145

БУХГАЛТЕРСЬКИЙ ОБЛІК, АНАЛІЗ ТА АУДИТ

<i>Некрасова Л.А., Некрасова К.І.</i> СТРАТЕГІЧНИЙ УПРАВЛІНСЬКИЙ ОБЛІК ЯК ІНФОРМАЦІЙНЕ ПІДґРУНТЯ РОЗРОБКИ СТРАТЕГІЇ ПІДПРИЄМСТВА.....	150
---	------------

**МАТЕМАТИЧНІ МЕТОДИ,
МОДЕЛІ ТА ІНФОРМАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ В ЕКОНОМІЦІ**

<i>Хасан Алі Аль-Абабнех</i> ПОБУДУВАННЯ МОДЕЛІ ВИЗНАЧЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ФУНКЦІОНУВАННЯ РЕКЛАМИ.....	156
---	------------

**До авторів і читачів журналу
«Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету».
Серія: Економіка і менеджмент».**

Шановні колеги!

Редакційна колегія вводить в журналі нову рубрику – «Короткі повідомлення».

Цей розділ можна було б назвати «У світі економічної науки». У «Повідомленнях» передбачається розміщувати матеріали, в яких порушуються питання, які ще не знайшли свого рішення, не «дозріли» до повноцінної публікації з певними науковими результатами, але в яких звертається увага на значення, перспективність (або відсутність таких) тих чи інших напрямків досліджень, досягнень різних наукових шкіл. У «Повідомленнях» можуть обговорюватися зміст вузівських підручників та окремих економічних дисциплін, рецензуватися нові вітчизняні та зарубіжні книги, висловлюватися думки про публікації в журналах з економіки, – зрозуміло, залишаючись на позиціях науковості та професійної етики. Нам представляються особливо цінними матеріали, що стосуватимуться досліджень «свіжих» Нобелівських лауреатів з економіки.

Обсяг короткого повідомлення – до 3 сторінок включно.

Запрошуємо до співпраці!

Збірник наукових праць

НАУКОВИЙ ВІСНИК МІЖНАРОДНОГО ГУМАНІТАРНОГО УНІВЕРСИТЕТУ

Серія:

Економіка і менеджмент

Випуск 18

Коректура • *О.А. Скрипченко*

Комп'ютерна верстка • *Н.М. Ковальчук*

Формат 60x84/8. Гарнітура Times New Roman.
Папір офсет. Цифровий друк. Ум.-друк. арк. 19,07.
Підписано до друку 30.05.2016 р. Замов. № 3005/16. Наклад 100 прим.

Надруковано: Видавничий дім «Гельветика»
E-mail: mailbox@helvetica.com.ua
Свідоцтво суб'єкта видавничої справи
ДК № 4392 від 20.08.2012 р.