

НАУКОВИЙ ВІСНИК

№ 1 (69), ч. 2
січень
2015

Серія
«Економічні
науки»

ПОЛТАВСЬКОГО УНІВЕРСИТЕТУ
ЕКОНОМІКИ І ТОРГІВЛІ

ЗБІРНИК * ВИХОДИТЬ 6 РАЗІВ НА РІК * ЗАСНОВАНИЙ У БЕРЕЗНІ 2000 р.

РЕДАКЦІЙНА КОЛЕГІЯ ЗБІРНИКА

Головний редактор **О. О. Нестуля**, доктор історичних наук, професор, ректор Вищого навчального закладу Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі» (ПУЕТ).

Заступники головного редактора **М. Є. Рогоза**, доктор економічних наук, професор, перший проректор ПУЕТ; **О. В. Карпенко**, кандидат економічних наук, професор, проректор з наукової роботи та міжнародних зв'язків ПУЕТ.

Відповідальний секретар **Л. М. Шимановська-Діанич**, доктор економічних наук, доцент ПУЕТ.

РЕДАКЦІЙНА КОЛЕГІЯ СЕРІЇ «ЕКОНОМІЧНІ НАУКИ»

С. С. Ніколенко, доктор економічних наук, професор ПУЕТ;

О. В. Березін, доктор економічних наук, професор ПУЕТ;

П. Ю. Балабан, кандидат економічних наук, доцент ПУЕТ;

В. В. Гончаренко, доктор економічних наук, професор ПУЕТ;

В. П. Дубішев, доктор економічних наук, професор Полтавського національного технічного університету імені Юрія Кондратюка;

О. О. Смець, доктор фізико-математичних наук, професор ПУЕТ;

Б. Я. Кузник, доктор економічних наук, професор Полтавського національного педагогічного університету імені В. Г. Короленка;

С. М. Лебедева, доктор економічних наук, професор ЗО «БТЕУСК», Республіка Білорусь;

М. В. Макарова, доктор економічних наук, професор ПУЕТ;

І. П. Отенко, доктор економічних наук, професор Харківського національного економічного університету;

А. О. Пантелеймоненко, доктор економічних наук, професор ПУЕТ;

В. І. Перебийніс, доктор економічних наук, професор ПУЕТ;

М. Є. Рогоза, доктор економічних наук, професор ПУЕТ;

О. В. Чернявська, доктор економічних наук, професор ПУЕТ;

О. В. Шкурупій, доктор економічних наук, професор ПУЕТ;

Н. В. Карпенко, доктор економічних наук, професор ПУЕТ;

С. Б. Єгоричева, доктор економічних наук, професор ПУЕТ;

Н. С. Педченко, доктор економічних наук, професор ПУЕТ;

А. А. Роскладка, доктор економічних наук, професор КНТЕУ;

Л. О. Шавга, доктор економічних наук Кооперативно-торгового університету, Молдова;

М. М. Шаріпов, доктор економічних наук Таджицького державного університету комерції.

Номер затверджено на засіданні вченої ради

Вищого навчального закладу Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»,
протокол № 1 від 29 січня 2014 р.

Відповідальна за випуск видання **Л. М. Шимановська-Діанич**.

Випусковий редактор **М. П. Гречук**.

Літературний редактор **Л. Г. Карасевич**.

Верстка **В. С. Павліна**.

Дизайн обкладинки **Є. А. Деркач**.

За точність цифр, географічних назв, власних імен, бібліографії, цитат та іншої інформації відповідає автор.
Редакція не завжди поділяє погляди авторів.
Матеріали друкуються мовою оригіналу.
У разі передрукування посилання на «Науковий вісник Полтавського університету економіки і торгівлі» обов'язкове.

Адреса редакції,
видавця та виготовлювача:
36014, м. Полтава, вул. Коваля, 3,
каб. 115. Тел. (0532) 563703, 502481
факс: (0532) 500222

© Вищий навчальний заклад
Укоопспілки «Полтавський
університет економіки
і торгівлі», 2015

ЗМІСТ

Вимоги до авторських рукописів 8

I. ФУНКЦІОНУВАННЯ ЕКОНОМІЧНОЇ СИСТЕМИ

Шаповалов В. О.

Інституційне середовище
інвестиційного розвитку
акціонерного сектора
економіки України 9

**Шталь Т. В., Козуб В. О.,
М. М. Колісник**

Глобальне лідерство у
сучасній світовій економіці 16

Дейнека Т. А.

Техносоціальні та
техноприродні суперечності
розвитку суспільства
в умовах інформаційної
глобалізації 23

Строкань О. А., Шулежко О. П.

Методологія індикативної
оцінки відтворювальної
діяльності регіону 32

Сейсебаєва Н. Г.

Тенденції розвитку галузі
машинобудування на
сучасному етапі 38

Ємельянова Н. А.

Роль приватно-державного
партнерства в інтеграції та
транснаціоналізації
економічних систем 47

II. ЕКОНОМІКА, ОРГАНІЗАЦІЯ І УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ

Телєтов О. С., Провозін М. В.

Інноваційні маркетингові
структури промислових
підприємств України 54

Колєчкіна Л. М., Рогова Н. В.

Економіко-математична
модель оптимізації
ресторанного господарства 64

Макара О. В., Петринка В. Ю.

Концептуальна модель
формування стратегії
інноваційного розвитку
промислового підприємства
на основі енергозбереження 69

Шпак Н. О., Кирилич Т. Ю.

Регуляторне середовище
функціонування малих
машинобудівних підприємств 77

Барібіна Я. О., Лисенко М. О.

Компетентісний підхід до
управління персоналом
готельно-ресторанного бізнесу 83

Орел В. М.

Ефективність кластерного
підходу в промисловому
свинарстві 90

Ілляшенко О. В.

Інституційні передумови
створення та функціонування
системи економічної безпеки
підприємства 96

Гусаковська Т. О.,

Ключко Ю. О. Сікстїна Н. Г.
Аналіз комерційної діяльності
торговельного підприємства 106

Животенко В. О.

Оцінка рівня економічної
безпеки у системі антикризового
управління підприємством 112

Зозульов О. В.

Конкурентні переваги
вітчизняних підприємств:
маркетингові заходи щодо
їх формування 118

| | |
|---|---|
| Гавкалова Н. Л. Мотивація персоналу аграрних підприємств в умовах євроінтеграційних перетворень 128 | Алєкбєров Р. Е. огли Розвиток нових форм кооперації в АПК Азербайджану в сучасних умовах 190 |
| Вагонова О. Г., Волотковська Ю. О. Методика оцінки ефективності інвестицій в утилізацію вугільних териконів 135 | Войнаш Л. Г. Роль управлінського персоналу в забезпеченні конкурентоспроможності підприємств споживчої кооперації України 199 |
| Лантух І. В. Підприємництво як економічна дефініція 141 | Ясір Джамал Стилі лідерства 205 |
| Козицька Г. В., Куц Д. В. Конверсія веб-сайта: теоретико-методичний аспект 148 | Гедз М. Й. Методичні основи створення внутрішньофірмових стандартів аудиторської діяльності 212 |
| Черняєв Т. Ю. Складові методичного забезпечення оцінки ефективності функціонування індустріальних парків на сучасному етапі 155 | III. ФІНАНСИ ТА КРЕДИТ |
| Дмитриченко Л. І., Дмитриченко Л. А. Мотивація праці: методологія дослідження, моделі й механізми реалізації 160 | Михайлова Н. В. Сучасний стан і тенденції розвитку страхового ринку України 219 |
| Шимановська-Діанич Л. М., Ханін І. Г., Рибалко-Рак Л. А., Гасюк Л. М. Забезпечувальні процеси системи управління якістю: прикладні основи моніторингу 168 | Дуда М. О. Уніфікація функцій інститутів спільного інвестування 223 |
| Коваленко О. В. Визначення ефективності товарної політики в позиціонуванні маркетингової стратегії комплексних інновацій авіаційної галузі України 180 | Власенко Т. А. Чинники формування синтезованого капіталу на регіональному рівні 228 |
| | IV. БУХГАЛТЕРСЬКИЙ ОБЛІК І АУДИТ |
| | Кулик В. А. Облік і оподаткування операцій із електронними грошима в Україні 239 |

СОДЕРЖАНИЕ

Требования к авторским рукописям 8

I. ФУНКЦИОНИРОВАНИЕ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ СИСТЕМЫ

Шаповалов В. О.

Институциональная среда
инвестиционного развития
акционерного сектора
экономики Украины 9

**Шталь Т. В., Козуб В. А.,
Колисник М. М.**

Глобальное лидерство в
современной мировой экономике 16

Дейнека Т. А.

Техносоциальные и
техноприродные противоречия
развития общества в условиях
информационной глобализации 23

Строкань О. А., Шулежко О. П.

Методология индикативной
оценки воспроизводственной 32

Сейсебаева Н. Г.

Тенденции развития
отрасли машиностроения
на современном этапе 38

Емельянова Н. А.

Роль частно-государственного
партнерства в интеграции и
транснационализации
экономических систем 47

II. ЭКОНОМИКА, ОРГАНИЗАЦИЯ И УПРАВЛЕНИЕ ПРЕДПРИЯТИЕМ

Телетов А. С., Провозин Н. В.

Инновационные маркетинговые
структуры промышленных
предприятий Украины 54

Колечкина Л. Н., Роговая Н. В.

Экономико-математическая
модель оптимизации
ресторанного хозяйства 64

Макара О. В., Петринка В. Ю.

Концептуальная модель
формирования стратегии
инновационного развития
промышленного предприятия
на основе энергосбережения 69

Шпак Н. Е., Кирилич Т. Ю.

Регуляторная среда
функционирования малых
машиностроительных
предприятий 77

Барыбина Я. А., Лысенко М. А.

Компетентный подход к
управлению персоналом
гостинично-ресторанного бизнеса 83

Орел В. Н.

Эффективность кластерного
подхода в промышленном
свиноводстве 90

Ільяшенко О. В.

Институциональные
предпосылки создания и
функционирования системы
экономической безопасности
предприятия 96

Гусаковская Т. А., Клочко Ю. А.

Сикетина Н. Г.
Анализ коммерческой
деятельности торгового предприятия 106

Животенко В. А.

Оценка уровня экономической
безопасности в системе
антикризисного управления
предприятием 112

| | |
|---|--|
| Зозулев А. В. Конкурентные преимущества отечественных предприятий: маркетинговые мероприятия по их формированию 118 | маркетинговой стратегии комплексных инноваций авиационной отрасли Украины..... 180 |
| Гавкалова Н. Л. Мотивация персонала аграрных предприятий в условиях евроинтеграционных преобразований 128 | Алекберов Р. Э. оглы Развитие новых форм кооперации в АПК Азербайджана в современных условиях 190 |
| Вагонова А. Г., Волотковская Ю. А. Методика оценки эффективности инвестиций в утилизацию угольных терриконов 135 | Войнаш Л. Г. Роль управленческого персонала в обеспечении конкурентоспособности предприятий потребительской кооперации Украины..... 199 |
| Лантух И. В. Предпринимательство как экономическая дефиниция 141 | Ясир Джамал Стили лидерства..... 205 |
| Козицкая Г. В., Куц Д. В. Конверсия веб-сайта: теоретико-методический аспект 148 | Гедз М. И. Методические основы создания внутрифирменных стандартов аудиторской деятельности..... 212 |
| Черняев Т. Ю. Составляющие методического обеспечения оценки эффективности функционирования индустриальных парков на современном этапе 155 | III. ФИНАНСЫ И КРЕДИТ |
| Дмитриченко Л. И., Дмитриченко Л. А. Мотивация труда: методология исследования, модели и механизмы реализации 160 | Михайлова Н. В. Современное состояние и тенденции развития страхового рынка Украины..... 219 |
| Шимановская-Дианич Л. М., Ханин И. Г., Рибалко-Рак Л. А. Гасюк Л. Н., Обеспечивающие процессы системы управления качеством: прикладные основы мониторинга 168 | Дуда М. А. Унификация функций институтов совместного инвестирования..... 223 |
| Коваленко О. В. Определение эффективности товарной политики в позиционировании | Власенко Т. А. Факторы формирования синтезированного капитала на региональном уровне 228 |
| | IV. БУХГАЛТЕРСКИЙ УЧЕТ И АУДИТ |
| | Кулик В. А. Учет и налогообложение операций с электронными деньгами в Украине..... 239 |

CONTENTS

| | | | |
|---|----------|---|-----|
| Author's texts requirements..... | 8 | Makara O., Petrinka V. Conceptual model of formation of strategy of innovative development of industrial enterprises based energy | 69 |
| I. PERFORMANCE OF ECONOMIC SYSTEM | | | |
| Shapovalov V. Institutional environment of investment development for the equity sector of economy in Ukraine | 9 | Shpak N., Kyrylych T. Regulatory environment functioning of small engineering enterprises | 77 |
| Stahl T., Kozub V., Kolisnyk M. Global leadership in the modern world economy..... | 16 | Barybina Y., Lysenko M. Competency approach to HRM of hotel and restaurant industry enterprises | 83 |
| Deyneka T. Techno-social and techno-environmental contradictions of society development under conditions of informational globalization..... | 23 | Orel V. Efficiency cluster approach in industrial hogbreeding | 90 |
| Strokan O., Shulezhko O. Methodology indicative assessment of reproductive activity in the region | 32 | Illyashenko O. Institutional preconditions of building and functioning of enterprise economic security system | 96 |
| Seysebaeva N. Modern machinebuilding industry's development trends..... | 38 | Husakovska T., Klochko Yu., Siketina N. Analysis of commercial activity of trading companies | 106 |
| Emelyanova N. The role of private-public partnerships in integration and the transnationalization of economic systems | 47 | Zhyvotenko V. Assessment of the level of economic security in crisis management of enterprise | 112 |
| II. ECONOMY, THE ORGANISATION AND MANAGEMENT OF ENTERPRISE | | | |
| Teletov A., Provozin N. Innovative marketing structure Ukrainian enterprises | 54 | Zozul'ov O. Competitive advantages domestic enterprises: marketing activities to their formation..... | 118 |
| Koliechkina L., Rogovaja N. Economy and mathematical model of optimization of the restaurant industry..... | 64 | Gavkalova N. Personnel motivation of agricultural enterprises under transformation european integration..... | 128 |
| | | Vagonova O., Volotkovs'ka Yu. Methodology to evaluate the effectiveness of investment in recycling of man-made deposits | 135 |

| | | | |
|---|-----|--|-----|
| Lantukh I. Entrepreneurship as an economic definition..... | 141 | new forms in Azerbaijan agro-industrial complex in modern condition | 190 |
| Kozitskaya G., Kuts D. Conversion rate of a website: theoretical and methodological aspect | 148 | Vojnash L. The role of management personnel to ensure the competitiveness of consumer cooperatives enterprises in Ukraine | 199 |
| Chernjaev T. Constituents of methodical providing of estimation of efficiency of functioning of industrial parks are on the modern stage | 155 | Yassir Jamal The dimensions of the leadership | 205 |
| Dmytrychenko L., Dmytrychenko L. Labor motivation: research methodology, models and implementation arrangements | 160 | Gedz M. Methodological foundation for internal standards on auditing practice..... | 212 |
| Shymanovska-Dianyeh L., Khanin I. Rybalko-Rak L., Gasyuk L. Security processes control systems quality: application basis for monitoring | 168 | III. FINANS AND CREDIT | |
| Kovalenko O. Determination of efficiency of merchantability positioning policy strategy marketing innovation complex of Ukraine aviation..... | 180 | Mikhailova N. Current status and development trends of the insurance market of Ukraine..... | 219 |
| Alakparov R. oghlu The development of cooperation | | Duda M. Unification features of collective investment institutions | 223 |
| | | Vlasenko T. Factors of formation of synthesized capital at the regional level | 228 |
| | | IV. ACCOUNTING AND AUDIT | |
| | | Kulyk V. Accounting and taxation of operations with e-money in Ukraine | 239 |

ДО УВАГИ АВТОРІВ!

Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі» продовжує видання збірника «Науковий вісник Полтавського університету економіки і торгівлі». Серія «Економічні науки». Запрошуємо науковців і спеціалістів-практиків до участі в ньому.

Робочі мови: українська, російська, англійська, німецька.

Тематичні розділи збірника: 1) Функціонування економічної системи. 2) Економіка, організація і управління підприємством. 3) Фінанси і кредит. 4) Бухгалтерський облік і аудит. 5) Історія економічної думки. 6) Освітня діяльність.

ВИМОГИ ДО АВТОРСЬКИХ РУКОПИСІВ

До друку приймаються наукові статті, які відповідають профілю збірника, є оригінальними та правильно оформленими. Структура статті (відповідно до вимог Постанови Президії ВАК України від 15.01.2003 р. № 7-05/1) повинна містити постановку проблеми у загальному вигляді та її зв'язок із важливими науковими або практичними завданнями; аналіз основних досліджень і публікацій, у яких започатковано розв'язання зазначеної проблеми, яким присвячується означена стаття; формулювання цілей статті (постановка завдання); виклад основного матеріалу дослідження з повним обґрунтуванням отриманих наукових результатів; висновки з дослідження і перспективи подальших розвідок у цьому напрямі.

Крім того, обов'язковими елементами статті мають бути:

1. **Індекс УДК** (універсальний десятковий класифікатор) слід розмішувати перед заголовком статті, окремим рядком, у лівому верхньому куті. Індекс УДК визначає автор.

2. **Заголовок статті** має бути лаконічним. У назві бажано не використовувати ускладнену термінологію псевдонаукового характеру. Не приймаються заголовки, що починаються зі слів «До питання...», «Деякі питання...», «Дослідження питання...», «Матеріали до вивчення...» тощо. Заголовок подавати українською, російською, англійською мовами.

3. **Відомості про автора (авторів)** подавати англійською, українською, російською мовами, вміщувати після назви статті прізвище, ім'я, по батькові, науковий ступінь.

4. **Анотацію** подавати українською, російською, англійською мовами, незалежно від того, якою мовою написаний матеріал. Оформлювати анотацію згідно з Міждержавним стандартом ГОСТ 7.9-95 (ИСО 0214-76) «Реферат і анотація». Загальні вимоги: рекомендований середній обсяг – 500 друкованих знаків. Структура: характеристика основної теми, проблеми, мети, узагальнених результатів. Статті англійською та російською мовами мають супроводжуватися розширеними анотаціями українською мовою.

5. **Ключові слова** (6–7) подаються українською, російською, англійською мовами.

6. **Літературу** слід оформлювати строго відповідно до вимог оформлення списку використаної літератури, зазначених у Бюлетені ВАК України № 3 за 2008 р. На всі літературні джерела у статті слід робити посилання.

Обсяг статті – від 6 до 12 сторінок. Статті ж більшого обсягу публікуються з продовженням. **Текст** (кегль 14, Times New Roman, інтервал – 1,5) друкувати з одного боку аркуша. Верхнє, нижнє та лівє поле – 20 мм, правє – 10 мм. Один надрукований рядок ориґіналу повинен містити 60±2 знаки, враховуючи пробіл між словами (один пробіл – один знак). **Таблиці** в тексті мають бути зроблені в Excel або Word без заливання. Формули необхідно набирати в редакторі формул MS Equation. **Рисунки** необхідно виконувати у Word, використовуючи лише графічні об'єкти у вигляді прямокутника та кола, які мають бути згруповані та являти собою один графічний об'єкт. Ширина рисунка має становити 8 або 16 см. Усі ілюстрації треба подавати (кегль 10, Times New Roman) в чорно-білому кольорі, можна використовувати сіру гаму кольорів, також інші способи заливки – узор.

Скановані ілюстрації та таблиці редакція не приймає, інакше стаття буде повернута авторові на доопрацювання. **Растрові ілюстрації** подавати в ориґіналі (фотознімок, малюнок, негатив або слайд) в окремому файлі, роздільна здатність – 300 пікс/дюйм, тип файлу – JPEG. Таблиці та рисунки необхідно нумерувати і робити на них посилання в тексті.

Приклад оформлення статті та вимоги подано на сайті університету: www.puet.edu.ua (вкладка «Наукова діяльність»).

До статті необхідно додавати авторську довідку та рецензію доктора наук (для аспірантів і здобувачів).

Контактна інформація



Україна, 36000, Полтава, вул. Ковалю, 3, кафедра менеджменту (к. 406)
Шимановській-Діанич Людмилі Михайлівні, відповідальному секретарю.



ludad5846@mail.ru (для подачі матеріалів в електронному вигляді).

I. ФУНКЦІОНУВАННЯ ЕКОНОМІЧНОЇ СИСТЕМИ

УДК 334.722.8:316.234.2

ІНСТИТУЦІЙНЕ СЕРЕДОВИЩЕ ІНВЕСТИЦІЙНОГО РОЗВИТКУ АКЦІОНЕРНОГО СЕКТОРА ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ

В. О. ШАПОВАЛОВ, кандидат економічних наук
(Вищий навчальний заклад Укоопспілки
«Полтавський університет економіки і торгівлі»)

Анотація. У сучасних умовах усе більше уваги приділяється впливу інституційних чинників на розвиток економіки. При цьому вагома роль відводиться інституційному середовищу діяльності акціонерних товариств, удосконалення якого є необхідною умовою ефективного функціонування акціонерного сектора. Мета статті – дослідити вплив наявного інституційного середовища на інвестиційні можливості акціонерного сектора. Визначено інституційні передумови формування акціонерного сектора України, досліджено його сучасний стан, вплив законодавства на інвестиційні можливості акціонерних товариств. Подальший розвиток акціонерного сектора України можливий за рахунок адекватних змін інституційного середовища, яке буде стимулювати інвестиційні процеси на ринку цінних паперів.

Ключові слова: акціонерні товариства, акціонерний сектор, ринок акцій, інституційне середовище.

В умовах поглиблення процесів глобалізації особливої актуальності набуває проблема підвищення конкурентоспроможності національної економіки. Її розв'язання пов'язане із активізацією інноваційно-інвестиційної діяльності суб'єктів господарювання та зростанням ролі у цих процесах акціонерного сектора. Саме акціонерний сектор здатний швидко концентрувати фінансові ресурси, які необхідні для удосконалення структури виробництва та забезпечення стійкого економічного зростання національної економіки. Але підпри-

ємства акціонерного сектора України на сьогодні переважно перебувають у критичному стані, про що свідчить низький рівень конкурентоспроможності їх продукції, спряцьованість і технічна застарілість основного капіталу, значні суми заборгованості та збиткова діяльність. Водночас механізми інноваційно-інвестиційного розвитку будуть працювати лише за наявності певного набору норм і правил, які визначають інституційне середовище господарської діяльності економічних суб'єктів.

З початку формування акціонерного сектора України проблеми його інвестиційного розвитку є об'єктом наукового інтересу вітчизняних науковців. Серед найбільш ґрунтовних наукових розробок останніх років привертають увагу публікації, в яких досліджується вплив інституційного середовища на діяльність акціонерних товариств. У цьому напрямі доцільно відмітити праці Н. А. Супрун, О. В. Носової, А. В. Сірка, О. В. Тарасенко, І. В. Шкодінної, С. В. Герасимової та інших науковців. Разом із тим більшість досліджень спрямовані на вивчення інститутів корпоративного управління, механізмів усунення протиріч між акціонерами та менеджментом компаній.

Мета статті полягає у виявленні впливу наявного інституційного середовища акціонерного сектора на його інвестиційні можливості.

Інституційне середовище, відповідно до термінології, запропонував Л. Девіс і Д. Норт [1, с. 6], це правила гри, що визначають контекст, у якому здійснюється економічна діяльність. Вона складається з базових політичних, соціальних і правових норм, що утворюють основу виробництва, обміну та розподілу. Отже, інституційне середовище становлять такі «правила гри», які задають загальні обмеження для всіх зокрема правила, що задають можливі форми організації та контролю господарської діяльності.

Акціонерний сектор сучасного ринкового господарства являє собою складну системно-структурну цілісність із іманентними йому функціями. Цілісність акціонерного сектора полягає у тому, що зміна структури, зв'язків або поведінки одного із його елементів впливає на інші, змінюючи при цьому систему загалом. Ієрархічність як загальносистемна властивість акціонерного сектора означає, що він, по-перше, складається з багаторівневих підсистем, по-друге, включається в систему більш високого рангу – національну економіку. Сформований акціонерний сектор економіки включає в себе розвинену інституційну структуру, що складається з упорядкованого набору внутрішніх і зовнішніх інститутів. Взаємодія цих інститутів, їх зв'язок між собою, а також система організації акціонерних відносин визначають інституційне середовище акціонер-

ного сектора. Розвинене інституційне середовище сприяє досягненню балансу інтересів суб'єктів акціонерних відносин, підвищенню економічної безпеки акціонерного сектора, створює передумови для ефективного відтворення акціонерного капіталу. У цьому аспекті акціонерний сектор економіки України досі перебуває в процесі свого формування.

Інституційною особливістю формування акціонерного сектора економіки України, як і в багатьох країнах пострадянського простору, став ідеологічний імператив, який визначив необхідність прискореного розвитку ринкового господарства. Процеси роздержавлення і приватизації, становлення змішаної економіки з приватним сектором стали вихідними елементами в розгортанні ринкових принципів господарювання та реалізації нових мотивів і стимулів економічного розвитку. Трансформація власності, зміна організаційно-правової форми підприємств, безсумнівно, сприяли певним позитивним зрушенням у поведінці господарюючих суб'єктів, але переважно у сфері дрібного й середнього бізнесу. Найбільш проблемним у цьому контексті виявився акціонерний сектор.

Вже на перших етапах становлення акціонерного сектора його об'єктивним обмежувачем стала нерозвиненість елементів інституційного середовища. В Україні відбулося механічне перенесення акціонерної форми власності в неринкове середовище, що зумовило застосування нестандартних типів поведінки акціонованих підприємств, невластивих приватним компаніям, які використовують стратегію створення стимулів і підвищення зацікавленості власників у ефективному господарюванні. Акціонерні товариства, як і в багатьох країнах пострадянського простору, створювалися на базі державних підприємств, приватизація яких надалі створила умови для масштабного перерозподілу акціонерної власності. До основних факторів, що негативно вплинули на процеси формування акціонерного сектора України, в слід зарахувати недостатню підготовленість структурних елементів національної економіки до використання акціонерних форм господарювання; недосконалість законодавчої бази з питань акціону-

вання; недостатній рівень розвитку ринкових інститутів щодо забезпечення процесів становлення акціонерних товариств.

Наразі інституційне середовище акціонерного сектора України лише ззовні відповідає тим характеристикам, що властиві розвиненим країнам світу. Однак її дієвість і ефективність залишається на досить низькому рівні. Наявне макросередовище та нормативно-правова база, недієвість внутрішніх інструментів корпоративного управління, нерозвиненість фондового ринку недостатньо сприяють нагромадженню акціонерного капіталу та не створюють умови для ефективного господарювання більшості акціонерних товариств. Недосконалість законодавчих норм і значна асиметрія інформаційного середовища, неефективність фондового ринку, депозитарної та реєстраторської систем, інститутів фінан-

сового посередництва і захисту прав власності призвели до того, що процеси інвестування в акціонерному секторі України залишаються на досить низькому рівні, а акціонерні товариства не повною мірою використовують переваги своєї організаційно-правової форми.

На сьогодні акціонерний сектор України структурований за багатьма ознаками: видами й характером господарської діяльності, способом створення, структурою власності, наявністю в пакеті акцій частки державного майна. Акціонерний сектор представлений акціонерними банками, страховими компаніями, інвестиційними фондами, фондовими біржами, акціонерними товариствами промисловості, сільського господарства, будівництва, торгівлі та інших галузей національної економіки. У табл. 1 наводяться кількісні параметри акціонерного сектора України.

Таблиця 1

Кількісні параметри акціонерного сектора України

| Показник | Рік | | | | |
|---|--------|--------|--------|--------|--------|
| | 2010 | 2011 | 2012 | 2013 | 2014 |
| Кількість акціонерних товариств (на кінець року), тис. од. | 28,62 | 26,63 | 25,27 | 24,49 | 22,85 |
| Обсяг зареєстрованих випусків акцій, млрд грн | 40,59 | 58,16 | 15,84 | 64,23 | 144,35 |
| Обсяг зареєстрованих випусків акцій (накопичувальним підсумком), млрд грн | 433,74 | 491,9 | 507,74 | 571,97 | 716,32 |
| Співвідношення капіталізації лістингових компаній до ВВП, % | 15,87 | 13,66 | 19,66 | 21,43 | 29,21 |
| Обсяг торгів акціями на ринку цінних паперів, млрд грн | 556,25 | 637,06 | 590,0 | 171,1 | 415,5 |
| Частка обсягу торгів акціями на ринку цінних паперів, % | 36,09 | 29,34 | 23,31 | 10,2 | 17,82 |
| Частка обсягу торгів акціями на біржовому ринку, % | 7,87 | 10,78 | 3,65 | 26,25 | 6,26 |

Джерело: складено на основі [4].

Останнім часом в Україні спостерігається тенденція до зменшення загальної кількості акціонерних товариств. Така динаміка частково зумовлена процесами ліквідації збанкрутих товариств. Але, крім цього, відбувається також реорганізація існуючих акціонерних товариств в інші організаційно-правові форми – переважно в товариства з обмеженою відповідальністю. Це є прямим наслідком прийняття

в 2008 р. Закону України «Про акціонерні товариства». Він передбачає поділ акціонерних товариств на публічні та приватні (до цього – відкриті й закриті), при цьому для приватних товариств встановлено обмеження максимальної кількості акціонерів – 100 осіб. Діючі підприємства повинні урегулювати свою діяльність відповідно до вимог нового закону (кількість акціонерів, мінімальний розмір ста-

тутного капіталу, необхідність перебувати в системі біржової торгівлі). Ці вимоги зумовили зміну організаційно-правової форми ряду акціонерних товариств.

Слід також приділити увагу стану фондового ринку України, оскільки наразі його можливості обмежені щодо залучення інвестиційних ресурсів у реальний сектор економіки. Зокрема, за даними Національної комісії з цінних паперів та фондового ринку, сума інвестицій, залучених за допомогою ринку цінних паперів, 2014 р. становила 29,01 млрд грн, що значно менше від величини довгострокового кредитування (44,19 млрд грн) [4].

Що стосується стану ринку акцій, то 2014 р. у порівнянні з попередніми періодами, він демонструє певне поживлення своєї активності, після різкого спаду 2012 р. Основним фактором зниження емісійної діяльності на той час стало скорочення участі іноземних банківських інвесторів у капіталі ряду комерційних банків України. 2014 р. найбільші обсяги випусків акцій, які зареєструвала Комісія, належали емітентам, основними видами економічної діяльності яких були професійна, наукова та технічна діяльність (73,36 % від загального обсягу), а також фінансова та страхова діяльність (25,22 %). Загальний обсяг емісії акцій 2014 р. становив 144,35 млрд грн. Але потрібно зауважити, що таке різке зростання відбулось за рахунок реорганізації ПАТ «НАК «Нафтогаз України» та його докапіталізації урядом на суму 104,6 млрд грн [4].

Відмінною рисою українського ринку цінних паперів є факт значного перевищення позабіржової торгівлі. Регулятор відзначає, фондовий ринок 2014 р. характеризувався досить низькою активністю біржового сегмента, хоча його частка поступово зростає (2014 р. вона становила 26,59 % проти 10,72 % 2010 р.). Але таку позитивну динаміку слід оцінювати досить обережно. По-перше, у структурі торгів переважають операції з державними облігаціями (88,07 %). По-друге, частка торгів акціями на всіх фондових біржах України становила лише 6,26 % загального обсягу торгів акціями. По-третє, домінує вторинний ринок, питома вага якого становить 96,88 %. Незважаючи на те, що в країні налічується 10 фондових бірж,

загальна капіталізація лістингових компаній наприкінці 2014 р. становила 457,61 млрд грн, що у відношенні до ВВП – 29,21 % [4].

Незначні обсяги організованого ринку цінних паперів знижують його відкритість, ліквідність та інвестиційну ефективність. Недостатність організованого ринку цінних паперів деформують механізми ціноутворення, сприяють розвитку тіньових схем купівлі-продажу цінних паперів, позбавляють міноритарних акціонерів можливості реалізувати фінансові активи за ринковими цінами. Внаслідок цього національна економіка не отримує необхідні інвестиційні ресурси. Слід підкреслити, що оцінка капіталізації фондового ринку є оцінкою ємності виключно організованого ринку. Тому, без усунення диспропорції між обсягами організованого і неорганізованого сегмента торгівлі цінними паперами, оцінка капіталізації фондового ринку є статистично недосконалою і епізодичною.

Нерозвиненість інвестиційних механізмів фондового ринку України багато в чому пояснюється недосконалістю нормативно-правової бази, що регулює діяльність акціонерних товариств. Ідеться про окремі положення Закону України «Про акціонерні товариства» (далі Закон). Розглянемо найбільш суперечливі аспекти цього Закону з позицій забезпечення інвестиційних процесів у національній економіці.

Законом визначено, що публічні акціонерні товариства можуть здійснювати відкриту і приватну емісію акцій, тоді як приватні товариства – тільки приватне розміщення цінних паперів. Оскільки більшість акціонерних товариств України є саме закритими структурами, залучення капіталу в такі товариства обмежується фінансовими можливостями діючих акціонерів. Окрім того, акціонери приватних товариств мають переважне право на придбання акцій, що також не завжди стимулює прихід нових інвесторів. Тому з метою стимулювання фондового ринку доцільно взагалі відмовитися від інституту приватних акціонерних товариств.

Згідно із Законом публічне акціонерне товариство зобов'язане здійснити процедуру лістингу та залишатись у біржовому реєстрі,

принаймні однієї фондової біржі. Проте значна кількість товариств не відповідають установленим критеріям лістингу, оскільки здебільшого представляють дрібні та середні підприємства. Тому не дивно, що в біржовому реєстрі I і II рівнів лістингу 2014 р. налічувалося всього лише 182 акцій, а частка позалістингових цінних паперів становила 90,47 % [4].

Вважаємо, що включення акцій у біржові лістингові списки доцільно здійснювати шляхом рейтингової оцінки акціонерних товариств, що враховує найважливіші параметри фінансово-господарської діяльності підприємств: прибутковість, рентабельність, ділову активність, ліквідність і фінансову стійкість, дотримання принципів корпоративного управління.

Окремої уваги заслуговують норми Закону, що передбачають порядок визначення ринкової вартості емісійних цінних паперів акціонерного товариства. Так, згідно з п. 1. ст. 22, акціонерне товариство здійснює розміщення або продаж раніше викуплених акцій за цінами не нижче їх ринкової вартості. Але уже в п. 2 цієї ж статті заборонено емісію акцій за цінами, нижчими від номінальної вартості. Отже, існує очевидне протиріччя, оскільки ринкова вартість цінних паперів не є постійною величиною і часто може опускатися нижче від номіналу. Природно, що в такому випадку потенційний інвестор не буде зацікавлений у придбанні цінних паперів акціонерного товариства.

Ще однією нормою Закону, яка знижує інвестиційну функцію фондового ринку, на наш погляд, є положення щодо придбання контрольного пакета акцій третіми особами. Відомо, що контроль на підприємстві тісно пов'язаний із економічною реалізацією права власності на капітал. З одного боку, контроль є ключовим елементом у ринковому середовищі, що передбачає перерозподіл власності на користь більш ефективного власника. З іншого, контроль для самих власників означає отримання на підприємстві економічної влади і певного рівня самостійності в управлінні. У перерозподілі прав власності на користь ефективного власника зацікавлені всі учасники акціонерного сектора. Крім цього, придбання конт-

рольного пакета акцій в умовах нестабільного інституційного середовища є своєрідною формою захисту прав інвестора.

Закон приписує особам, у разі придбання ними пакета акцій 50 і більше відсотків, зобов'язання запропонувати усім акціонерам викупити їхні акції за ціною, що не нижча від ринкової вартості. Але положення цієї статті не поширюється на осіб, які уже є власниками контрольних пакетів. Слід зазначити, що це положення Закону має двозначний характер, з одного боку, забезпечує захист інтересів існуючих акціонерів, але з іншого – може мати і негативні наслідки для самого товариства, оскільки воно може втратити свою інвестиційну привабливість.

Загалом, слід зазначити, що прийняття Закону, дійсно, позитивно вплинуло на процес урегулювання корпоративних відносин. Але разом із тим, створюється враження, що Закон насамперед спрямований на захист тієї структури власності, що склалася в постприватизаційний період і не є ефективною з погляду подальшого розвитку акціонерного сектора України. Тому, щоб не звести нанівець усі позитивні сторони цього Закону, привести українське акціонерне законодавство у відповідність зі світовими стандартами, було б виправданим розвинути деякі положення Закону, узгодити окремі статті між собою так, щоб повною мірою реалізувати інвестиційні можливості акціонерного сектора.

Серед основних наслідків недосконалості інституційного середовища акціонерного сектора України слід відмітити такі: зниження активності національного ринку акцій унаслідок зосередження контрольних пакетів акцій у руках великих власників, не зацікавлених у додаткових емісіях; спорадичність операцій на ринках капіталу і домінування великих корпоративних структур, які ігнорують права дрібних акціонерів; відсутність належної концентрації торгівлі цінними паперами в системі біржової торгівлі, що деформує систему ціноутворення фінансових інструментів; високий рівень ризику фінансового посередництва, що формує недовіру широких верств населення до інструментів фондового ринку; недостатня активність інституційних інвесто-

рів – інвестиційних фондів, інститутів спільного інвестування, недержавних пенсійних фондів і страхових компаній; стримування з боку регулюючих органів можливості передачі уповноважень саморегульованим організаціям фондового ринку; недостатнє інформаційне супроводження про емітентів і професійних учасників ринку.

Отже, подальший розвиток акціонерного сектора України пов'язаний із удосконаленням його інституційного середовища, важливу роль у якому відіграє економічна політика держави.

ЛІТЕРАТУРА

1. Davis L. Institutional Change and American Economic Growth // L. Davis, D. North. – Cambridge, 1971. – 273 p.
2. Герасимова С. В. Інституційне середовище акціонерних товариств як один із факторів формування їхньої конкурентоспроможності / С. В. Герасимова // Вісник Університету банківської справи Національного банку України. – 2013. – № 2. – С. 15–19.
Herasymova S. V. Instytutsiine seredovysheche aktsionermykh tovarystv yak odyn iz faktoriv formuvannya yikhnoi konkurentospromozhnosti / S. V. Herasymova // Visnyk Universytetu bankivskoi spravy Natsionalnoho banku Ukrainy. – 2013. – № 2. – S. 15–19.
3. Про акціонерні товариства [Електронний ресурс] : Закон України від 17.09.2008 р. № 514-VI / Верховна Рада України. – Режим доступу : <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/514-17/page>. – Назва з екрана.
Pro aktsionerni tovarystva [Elektronnyi resurs] : Zakon Ukrainy vid 17.09.2008 r. № 514-VI / Verkhovna Rada Ukrainy. – Режим доступу : <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/514-17/page>. – Назва з екрана.
4. Ринок цінних паперів. Європейський вибір: нові можливості та зростання [Електронний ресурс] : Річний звіт НКЦПФР за 2014 рік / Національна комісія з цінних паперів і фондового ринку. – Київ, 2015. – Режим доступу: http://www.nssmc.gov.ua/user_files/content/58/1434454281.pdf. – Назва з екрана.
Rynok tsinnykh paperiv. Yevropeyskyi vybir: novi mozhlyvosti ta zrostannia [Elektronnyi resurs] : Richnyi zvit NKTsPFR za 2014 rik / Natsionalna komisiia z tsinnykh paperiv i fondovoho rynku. – Kyiv, 2015. – Режим доступу: http://www.nssmc.gov.ua/user_files/content/58/1434454281.pdf. – Назва з екрана.
5. Супрун Н. А. Інституціональні чинники та бар'єри розвитку корпоративного управління на постприватизаційному етапі / Н. А. Супрун // Економіка і регіон. – 2009. – № 2 (21). – С. 76–80.
Suprun N. A. Instytutsionalni chynnyky ta bar'ieri rozvytku korporatyvnoho upravlinnia na postpryvatyzatsiinomu etapi / N. A. Suprun // Ekonomika i rehion. – 2009. – № 2 (21). – S. 76–80.
6. Шкодін І. В. Інституційні проблеми функціонування фондового ринку України / І. В. Шкодін // Вісник Університету банківської справи Національного банку України. – 2014. – № 1. – С. 52–57.
Shkodina I. V. Instytutsiini problemy funktsionuvannya fondovoho rynku Ukrainy / I. V. Shkodina // Visnyk Universytetu bankivskoi spravy Natsionalnoho banku Ukrainy. – 2014. – № 1. – S. 52–57.

В. О. Шаповалов, кандидат економічних наук (Вищеє учебное заведение Укоопсоюза «Полтавський університет економіки і торгівлі»). **Інституціональна среда інвестиційного розвитку акціонерного сектора економіки України.**

Аннотація. В сучасних умовах все більше уваги приділяється впливу інституціональних факторів на розвиток економіки. При цьому значительна роль відводиться інституціональній середі діяльності акціонерних обществ, совершенствование которой

является необходимым условием эффективного функционирования акционерного сектора. Цель статьи – исследовать влияние наличной институциональной среды на инвестиционные возможности акционерного сектора. Определены институциональные предпосылки формирования акционерного сектора Украины, исследовано его современное состояние, рассмотрено влияние законодательства на инвестиционные возможности акционерных обществ. Дальнейшее развитие акционерного сектора Украины возможно за счет адекватных изменений институциональной среды, которое будет стимулировать инвестиционные процессы на рынке ценных бумаг.

Ключевые слова: акционерные общества, акционерный сектор, рынок акций, институциональная среда.

V. Shapovalov, Cand. Econ. Sci. (Poltava University of Economics and Trade). Institutional environment of investment development for the equity sector of economy in Ukraine.

Summary. In the modern condition they pay more attention to the impact of institutional factors on the economy development. Institutional environment of Joint-stock companies activity is very important component, its improvement is necessary condition for effective functioning of the equity sector. To research the impact of the current institutional environment for investment possibilities of the equity sector. There were identified institutional reasons for the equity sector in Ukraine forming; researched its current condition; considered the impact of legislation on the investment possibilities of joint-stock companies. Further development of the equity sector in Ukraine is possible due to the adequate changes in the institutional environment, which will stimulate the investment processes at the securities market.

Keywords: joint-stock companies, equity sector, stock market, institutional environment.

ГЛОБАЛЬНЕ ЛІДЕРСТВО У СУЧАСНІЙ СВІТОВІЙ ЕКОНОМІЦІ

Т. В. ШТАЛЬ, доктор економічних наук;

В. О. КОЗУБ, кандидат економічних наук

(Харківський державний університет харчування та торгівлі);

М. М. КОЛІСНИК, кандидат наук з державного управління

(Харківський національний економічний університет імені Семена Кузнеця)

Анотація. *Мета статті – розкрити зміст і особливості концепції глобального лідерства в сучасній системі світогосподарських відносин. Систематизовано погляди науковців на зміст і особливості процесу формування лідерства в глобальній економіці. Визначено чинники глобального лідерства у XXI ст. Виділено сфери оцінювання у ході аналізу глобального лідерства. На основі виявленого взаємозв'язку найбільш важливих процесів глобалізації з основними групами учасників глобального поділу праці запропонована модель глобального лідерства у сучасній світовій економіці.*

Ключові слова: *глобальне лідерство, країни-лідери, потенційні лідери, аутсайдери.*

Глобальна парадигма у XXI ст. стала провідною в економічних дослідженнях, цьому сприяли системна інтернаціоналізація факторної мобільності, планетарна експансіоністська мотивація транснаціональних корпорацій (ТНК), регіонально-континентальна консолідація світогосподарського розвитку, універсальна ринкова інституціоналізація, регулятивна лібералізація і гармонізація. У глобальній економіці відбувається швидка країнова поляризація розвитку, яка призводить до виникнення як лідерів, так і аутсайдерів світового господарства. Численні індексні оцінки лідерства нерідко стосуються різних аспектів життя сучасного суспільства, зазвичай об'єднуючи низку первинних індикаторів, які самі також можуть слугувати основою для порівняння. З огляду на це виникає двоїста система оцінювання досягнутих економічних результатів, що зумовлює потребу оптимізувати дослідні моделі, виокремити чіткі ідентифікаційні підходи до визначення системного лідерства країни (компанії) та розробити комплекс уніфікованих оцінок для проведення відповідного компаративного аналізу.

Аналіз наукової літератури з означених проблем чітко доводить, що доміантними

моделями сучасної ідентифікації країнового лідерства є щонайменше три підходи, в яких відображені ідеї системного оцінювання (О. Білорус, І. Валлерстайн, В. Кудров, Д. Лук'яненко, Ю. Пахомов, Є. Панченко, Р. Фукуяма, Т. Кальченко), конкурентоспроможності (Л. Антонюк, О. Швиданенко) та гіперлокалізації економічної діяльності (М. Кітінг, В. Солет, В. Чужиков) [1–4]. Утім, виникає чимало питань стосовно виявлення особливостей процесу формування лідерства в глобальній економіці, а отже, і необхідності його ідентифікації, зокрема, через загальновідому систему макроекономічних показників і специфічних аналітичних моделей оцінювання.

Метою статті є розкриття змісту й особливостей концепції глобального лідерства в сучасній системі світогосподарських відносин.

Особливістю дослідження проблеми глобального лідерства у вітчизняній науковій школі є переконання численних авторів у необхідності диференціації цілого на окремі складові, в яких, на думку вчених, відображається суть і значення руху факторів виробництва, а також їхня гіперлокалізація в окремих регіонах світу. Серед останніх праць слід назвати ґрунтовний аналіз управлінської діяльності провідних ТНК, що був здійснений

В. А. Білошанко. Натомість Т. В. Завгородня до визначення проблеми лідерства підійшла з позиції оцінки брендів, а Ю. В. Гайдай, навпаки, більше уваги приділила інституціоналізації глобального економічного розвитку.

Д. Г. Михайлини зосередив увагу на визначенні зон концентрації глобальних товарних потоків за умов транснаціоналізації економічних відносин. Дослідження українських фахівців М. П. Хмари та Л. М. Лиськової присвячені аналізу основних механізмів та інструментів інноваційної складової технологічних політик держав-лідерів, зокрема Європейського Союзу.

Найбільш глибокі, системні дослідження феномена лідерства належать вітчизняним авторам Д. Г. Лук'яненку та А. С. Філіпенку. Зокрема, А. С. Філіпенку запропонував вивчати проблему лідерства в глобальній економіці через дослідження багаторівневої ієрархічної системи, що охоплює світову глобалізацію, глобалізацію на рівні окремої країни, галузевий зріз глобалізації та глобалізацію нарівні компанії [5, с. 22–23].

Отже, щоб визначити лідерство в сучасній системі міжнародних відносин, необхідно виділити два рівні – макроекономічний, на якому проводиться рейтингування країн-лідерів, і мікроекономічний, на якому лідерами є бізнесові структури з високими (низькими) питомою вагою у структурі виробництва певних товарів і послуг і позиціями щодо обсягів їх продукування у глобальній економіці. Головними суб'єктами глобального ринку є міжнародні корпорації, які генерують і поширюють у світовому масштабі нові ідеї, товари, послуги, виробничі процеси, технології менеджменту, натомість регуляторна функція залишається зоною відповідальності урядів або наднаціональних структур. При цьому на регіональному рівні можна розглядати як потужні інтеграційні угруповання, так і мікрорегіональні зони швидкого економічного зростання, відомі під назвами кластери, технопарки, технополіси тощо. Нерідко ці інноваційні форми мають складний характер відносин, у яких поєднуються як інтеграційні, так і дезінтеграційні процеси, перетинаються взаємні інтереси, відбувається трансферт

факторів виробництва та розподіл результатів праці. Утім, на будь-якому рівні ідентифікації лідерства процес товаризації економічних відносин є визначальним, що означає перетворення речей або ідей на товар, який має свою ціну на локальних, регіональних, мегарегіональних і глобальних ринках.

Вивченню пропорцій національних економік найбагатших і найбідніших країн світу присвячені праці багатьох дослідників. Президент Центру аналізу проблем глобального розвитку Н. Бердсолл дійшов висновку, що незважаючи на всі зусилля тих, хто декларує свої зусилля щодо зменшення дистанціювання країн третього світу, їхнє відставання останніми роками не тільки не зменшилось, а, навпаки, значно зросло. «У наш час США, країни ЄС та Японія є у 100 разів багатшими за Ефіопію, Гаїті та Непал (на початку ХХ ст. таке відставання було на рівні 10:1). Різниця в доходах на душу населення (10 % найбагатших американців до 10 % найбідніших ефіопів) перевищує 10 тисяч разів» [6, с. 84]. Не менш вражаючі факти наводить Дж. Перкінс, який підрахував, що якщо багаті люди на початку ХХ ст. жили краще за бідних у 19 разів, то вже наприкінці століття – у 78 разів; тобто розшарування сучасного суспільства стає дедалі більшим [7]. Ці дані свідчать про те, що в сучасних умовах розбіжності між державами світу стають усе більшими.

Глобальне лідерство у ХХІ ст. залежатиме від таких важливих чинників:

- уміння компаній мінімізувати свої витрати за допомогою «глобалізаційного ефекту» інтернаціоналізації виробництва;
- управління глобальним попитом, у якому постіндустріальні держави беруть найактивнішу участь не тільки через бізнесові структури, а й через узгоджену монетарну, грошово-фінансову та структурну політики;
- дальшої інституціоналізації системи регулювання соціально-економічних відносин, у яких національно-бізнесові чи коаліційно-бізнесові інтереси набуватимуть дедалі вагомішого значення, а отже, ставатимуть так званим глобальним клубом, якому належатиме провідна роль в управлінні світовим відтворювальним процесом;

- регулювання інноваційного попиту, чіткого позиціонування глобальних інноваторів та імітаторів, а також проведення збалансованої політики щодо них із залученням бюджетних коштів і грошових ресурсів міжнародних фондів;

- розроблення оптимальних монетарних систем, що забезпечують доволі високу оцінку національних (міжнародних) грошових одиниць, що дасть можливість одержати дешеві ресурси, товари та послуги з країн, що розвиваються;

- подальшої віртуалізації економічних відносин і можливості ухиляння від сплати податків із боку провідних корпорацій;

- гнучкості та селективності в міжнародних економічних відносинах інтеграційних секторів національної економіки.

Вважаємо, що наведені чинники успіху країни-лідера треба вписувати в певну модель відносин у глобальній економіці та визначати напрями руху до так званого світового лідерства. При цьому у новій моделі розвитку економіки вкрай важливим залишається позиціонування глобально-регіонального бізнесу, його взаємодоповнюваність і формування характеру ієрархічних відносин, який базується

на інноваціях. Саме така компонентна структура буде призводити до зміни лідерів у багатьох сферах сучасної економіки.

Враховуючи ґрунтовні дослідження авторів [4, с. 29–40], з позиції сьогодення модель лідерства (аутсайдерства) можна структурувати графічно (рис. 1). З рис. 1 видно, що за сучасних умов найбільш важливими процесами глобалізації є інтернаціоналізація, регіоналізація, віртуалізація економіки, а відповідними новими формами, що консолідують цей процес, є створення мережного суспільства та аутсорсинг. Вони, з одного боку, сприяють максимізації прибутку власників, а з другого – зменшують відмінності у продуктивності праці між донорами та реципієнтами та у відповідній оплаті праці. Різний характер цих економічних процесів обумовив розбіжності результатів господарської діяльності, створивши три групи учасників глобального поділу праці: лідерів, потенційних лідерів і аутсайдерів світової економіки.

Нині економічне лідерство можна ідентифікувати передусім як країнове (держави Великої двадцятки, у тому числі країни Західної Європи), а також мегареґіони-лідери, фірми-лідери, мережні лідери тощо.

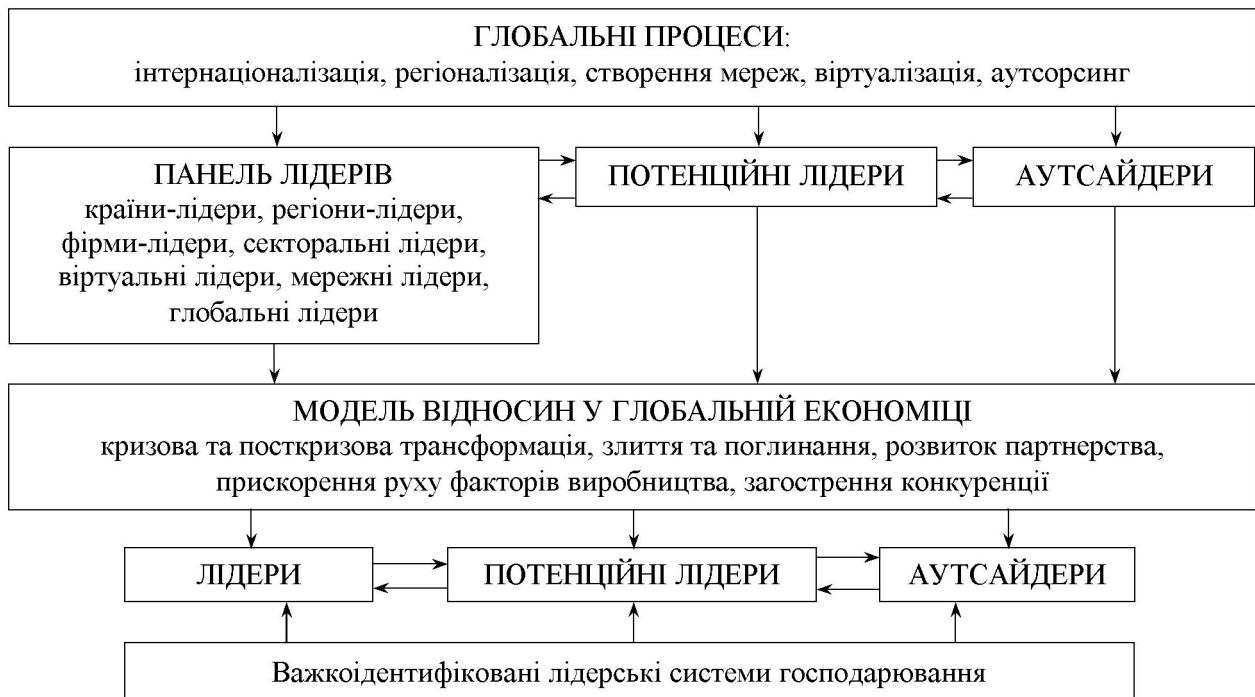


Рис. 1. Модель глобального лідерства у сучасній світовій економіці

Глобальне лідерство країни чи компанії завжди ідентифікувалося цілою системою загальновідомих макроекономічних показників і специфічних аналітичних моделей оцінювання, річні числові значення яких демонстрували міру їх домінування у світовій економіці. Слід зазначити, що традиційні підходи до визначення країни-лідера в глобальній економіці за показником ВВП на душу населення серед науковців піддаються критиці. Причини цього такі:

- наявність трьох основних підходів до розрахунку ВВП (за паритетом купівельної спроможності (стандарту), за валютним курсом і за Атласною методикою Світового банку) дають доволі неоднозначну картину лідерства. Деякі з країн із загального рейтингу фактично щороку можна міняти місцями. З огляду на це, С. Роузфілд досить слушно зауважив, що ВВП «...є показником ринкової вартості придбаних і придатних для реалізації товарів і послуг, породжених працею, і не враховує корисності, одержаної у вільний від роботи час. Тому цей показник є мірою виробничого потенціалу – спроможності країни виробляти споживчі, управлінські, інвестиційні та експортні товари, і тому він є більш корисним для оцінки економічного потенціалу країни, ніж її добробут» [8, с. 253]. Похідні від нього відносні показники ВВП на душу населення є також важливими, хоч у макроекономічних порівняннях, як правило, використовують також індикатори сукупного доходу, індивідуального доходу, медіального доходу тощо;

- не завжди враховується технологічна складова ВВП: рівень диверсифікації секторів може інколи сформувавши хибне уявлення про те, завдяки чому досягається доволі нестійке лідерство в глобальній економіці;

- щорічна ідентифікація лідерства за цим показником в умовах глобальної кризи може зробити країну передкризовим лідером і посткризовим аутсайдером (доволі характерним прикладом цього може вважатися Ірландія, яка входила в ЄС аутсайдером, потім перетворилася на так званого європейського тигра, маючи на зламі тисячоліть другий після Люксембургу показник ВВП на душу населення, а

згодом знов потрапила до групи країн, що мають суттєві проблеми з розвитком).

Із 1993 р. підхід до оцінки економічної потужності змінився, адже з'явилися новітні методики індикації світового багатства, а саме: фінансові та нефінансові активи, матеріальні оборотні засоби, невиробничі та нематеріальні активи. Перевагою такого комплексного підходу стало те, що було враховано майже все, а основним недоліком – те, що оцінка виробленого у минулому мала або експертний характер, або, навпаки, в умовах гіперінфляції деяких країн із транзитивною економікою вона набувала суто умовного характеру.

Останнім часом унаслідок посилення глобалізації світового господарства частіше використовуються індекси, які розкривають суть успішності тієї чи іншої компанії (фірми), а також країни, адже використання складних агрегованих показників дає можливість, з одного боку, оцінити успішність реформ, а з другого – ідентифікувати динамізм експансії. В оцінці економічних показників, що активно впливають на ціну облігації, відзначають рівень зайнятості, індекс споживчих цін, кількість нових будівельних майданчиків, індекс ділової активності Чикаго, а в прогнозуванні курсу долара до цього додаються міжнародна торгівля, поточний баланс, продуктивність праці тощо. Водночас країнові індикатори можуть суттєво відрізнятись. Так, у міжнародних порівняннях дедалі більше використовують національні статистичні індикатори, як правило, країн-лідерів: Німеччини, Японії, Франції, Великобританії, Китаю, Бразилії, а також ЄС.

У сучасному оцінюванні глобального лідерства найчастіше використовують кілька підходів: оцінку припливу прямих іноземних інвестицій і діяльність ТНК, глобалізацію технологічного базису, виміри регіональної інтеграції, фінансову глобалізацію та узагальнюючі показники глобалізації. Розглянувши значну кількість методик дослідження [2–5], ми дійшли висновку, що в аналізі глобального лідерства найважливішими є три сфери оцінювання: діяльність ТНК, технологічна складова та узагальнюючі індикатори глобалізації (рис. 2).

Сучасна діяльність ТНК оцінюється більше ніж тридцятьма параметрами, утім для дослідження технологічного лідерства можна використати найбільш значущі – структуру витрат на НДДКР, індекс концентрації Херфіндала, що дає змогу виявити обсяги потоків прямих іноземних інвестицій, а також індекс

транснаціоналізації. Узагальнюючі показники мають доволі велике значення, оскільки дозволяють побачити більш глибокі зв'язки у глобальній економіці. Найбільш вагомим при цьому є Індекс Керні, який розраховується сьогодні для 72 країн, на які припадає 97 % світового ВВП.

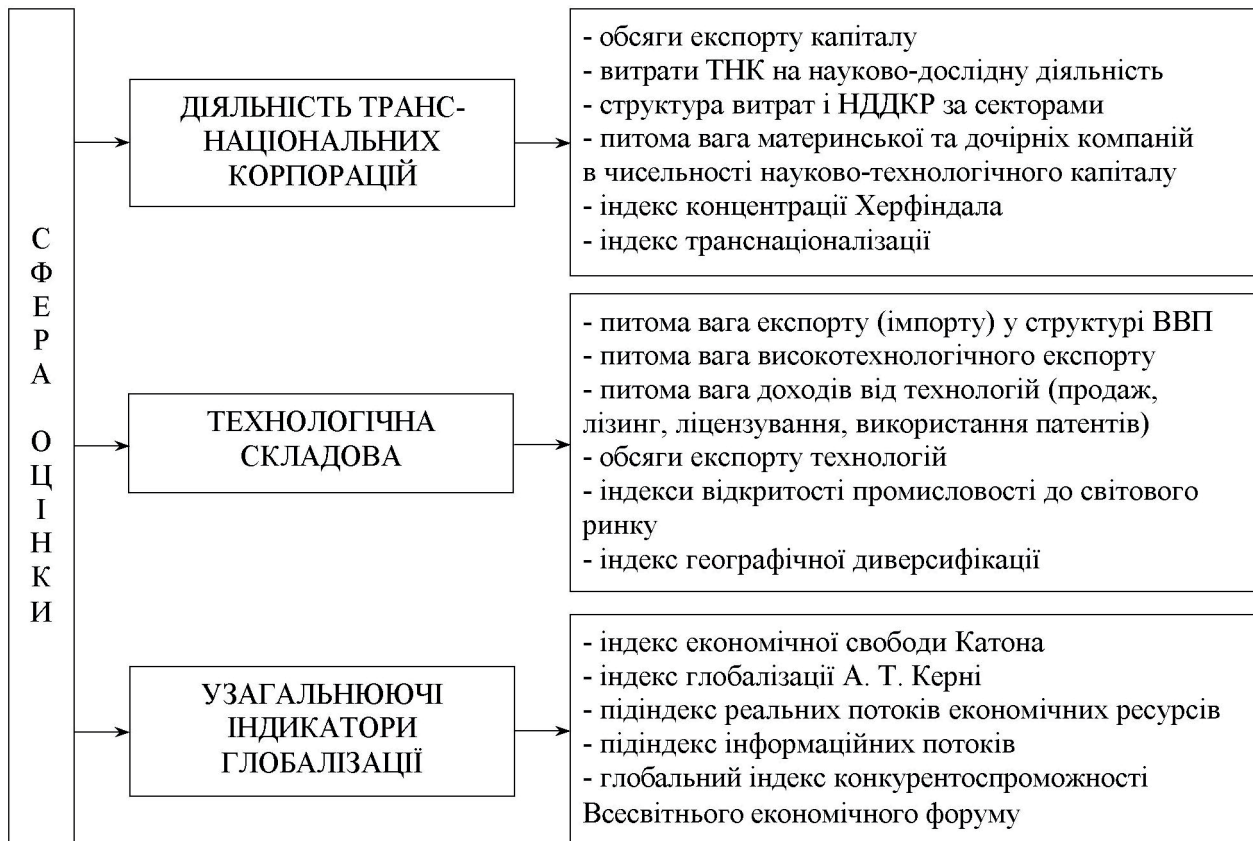


Рис. 2. Найважливіші індикатори оцінки лідерства в глобальній економіці

Отже, визначення глобального лідерства в сучасній системі світогосподарських зв'язків здійснюється на двох рівнях – макроекономічному, на якому проводиться рейтингування країн-лідерів, і мікроекономічному, на якому лідерами є бізнесові структури. Під час посилення глобалізаційних процесів у світовій економіці визначальну роль відіграють партнерські відносини за умови збереження конкуренції між окремими учасниками нових бізнесових утворень. Модель глобального лідерства пов'язує найбільш важливі процеси глобалізації з основними групами учасників глобального поділу праці. В ході проведення

аналізу глобального лідерства найважливішими є три сфери оцінювання: діяльність ТНК, технологічний базис і узагальнюючі індикатори глобалізації.

ЛІТЕРАТУРА

1. Білорус О. Економічна система глобалізму : монографія / Білорус О. – Київ : КНЕУ, 2003. – 360 с.
- Bilorus O. Ekonomichna systema hlobalizmu : monohrafiia / Bilorus O. – Kyiv : KNEU, 2003. – 360 s.

2. Кальченко Т. В. Глобальна економіка: методологія системних досліджень : монографія / Т. В. Кальченко. – Київ : КНЕУ, 2006. – 248 с.
Kalchenko T. V. Hlobalna ekonomika: metodolohiia systemnykh doslidzhen : monohrafiia / T. V. Kalchenko. – Kyiv : KNEU, 2006. – 248 s.
3. Лук'яненко Д. Г. Суперечності та асиметрії глобалізації у євроінтеграційному контексті / Лук'яненко Д. Г. // Спільний європейський економічний простір: гармонізація мегарегіональних суперечностей: монографія ; за заг. ред. Д. Г. Лук'яненката, В. І. Чужикова. – Київ : КНЕУ, 2007. – С. 31–47.
Luk'ianenko D. H. Superechnosti ta asymetrii hlobalizatsii u yevro-intehratsiinomu konteksti / Luk'ianenko D. H. // Spilnyi yevropeyskyi ekonomichnyi prostir: harmonizatsiia meharehionalnykh superechnosteï : monohrafiia ; za zah. red. D. H. Luk'ianenkata, V. I. Chuzhykova. – Kyiv : KNEU, 2007. – S. 31–47.
4. Технологічна модернізація в європейській економіці : монографія / О. С. Бурміч, О. Д. Лук'яненко, Є. Г. Панченко, В. І. Чужиков ; за заг. ред. В. І. Чужикова. – Київ : КНЕУ, 2013. – 266 с.
Tekhnolohichna modernizatsiia v yevropeiskii ekonomitsi : monohrafiia / O. S. Burmich, O. D. Lukianenko, Ie. H. Panchenko,
- V. I. Chuzhykov ; za zah. red. V. I. Chuzhykova. – Kyiv : KNEU, 2013. – 266 s.
5. Філіпенко А. С. Глобальні форми економічного розвитку: історія і сучасність / А. С. Філіпенко. – Київ : Знання, 2007. – 670 с.
Filipenko A. S. Hlobalni formy ekonomichnoho rozvytku: istoriia i suchasnist / A. S. Filipenko. – Kyiv : Znannia, 2007. – 670 s.
6. Бердсолл Н. Усиление неравенства в новой глобальной экономике / Н. Бердсолл // Вопросы экономики. – 2006. – № 4. – С. 84–89.
Berd soll N. Usylenye neravenstva v novoi hlobalnoi ekonomyke / N. Berd soll // Voprosy ekonomyky. – 2006. – № 4. – S. 84–89.
7. Перкинс Дж. Исповедь экономического убийцы / Дж. Перкинс. – Москва : Pretext, 2005. – 358 с.
Perkins Dzh. Ispoved ekonomicheskogo ubiytsy / Dzh. Perkins. – Moskva : Pretext. 2005. – 358 s.
8. Роузфілд С. Порівнюємо економічні системи: культура, багатство та влада в XXI столітті : [пер. з англ.] / С. Роузфілд. – Київ : [б. в.], 2005. – 370 с.
Rouzfiled S. Porivniuiemo ekonomichni systemy: kultura, bahatstvo ta vlada v XXI stolitti : [per. z anhl.] / S. Rouzfiled. – Kyiv : [b. v.], 2005. – 370 s.

Т. В. Шталь, доктор економічних наук; **В. А. Козуб**, кандидат економічних наук (Харьковский государственный университет питания и торговли); **М. М. Колісник**, кандидат наук государственного управления (Харьковский национальный экономический университет имени Семёна Кузнецова). **Глобальное лидерство в современной мировой экономике.**

Аннотація. В глобальній економіці відбувається швидке розподілення країн на лідерів та аутсайдерів світового господарства. Визначення глобального лідерства в сучасній системі міжнародних відносин здійснюється на макроекономічному рівні – шляхом проведення рейтингування країн-лідерів, і мікроекономічному рівні – на основі вивчення лідируючих бізнес-структур. Метою статті – розкрити зміст і особливості концепції глобального лідерства в сучасній системі міжнародних відносин. Систематизовані погляди вчених на зміст і особливості процесу формування лідерства в глобальній економіці. Визначені фактори глобального лідерства в XXI в. Виділені сфери оцінювання при аналізі глобального лідерства. На основі виявленої взаємозв'язки найбільш важливих процесів глобалізації з основними групами учасників глобального розподілення праці пропонується модель глобального лідерства в сучасній світовій економіці.

Ключевые слова: глобальное лидерство, страны-лидеры, потенциальные лидеры, аутсайдеры.

T. Stahl, Dc. Econ. Sci.; **V. Kozub**, Cand. Econ. Sci. (Kharkiv State University of Food Technology and Trade); **M. Kolisnyk**, Cand. Public Adm. Sci. (Simon Kuznets Kharkiv National University of Economics). **Global leadership in the modern world economy.**

Summary. The global economy is the rapid distribution of the leaders and outsiders of the world economy. Defining global leadership in the modern system of international relations made at the macroeconomic level – through the rating of leading countries and microeconomic level – based on the study of leading businesses. Disclosure content and concept features global leadership in the modern system of global economic relations. Systematized scientific views on the content and features of the formation process of leadership in the global economy. Factors global leadership in the XXI century. Areas of evaluation in the analysis of global leadership. Based on the identified relationship is the most important processes of globalization with key stakeholder groups global division of labor proposed model of global leadership in the modern global economy.

Keywords: global economy, global leadership, the country's leaders, potential leaders, outsiders.

ТЕХНОСОЦІАЛЬНІ ТА ТЕХНОПРИРОДНІ СУПЕРЕЧНОСТІ РОЗВИТКУ СУСПІЛЬСТВА В УМОВАХ ІНФОРМАЦІЙНОЇ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ

Т. А. ДЕЙНЕКА, кандидат економічних наук
(Вищий навчальний заклад Укоопспілки
«Полтавський університет економіки і торгівлі»)

Анотація. Особливість сучасного прояву техносоціальних і техноприродних суперечностей пов'язана зі стрімким розвитком технологій, надактивним підкоренням людиною природи, кардинальними змінами безпосередньо у соціумі, що посилюється впливом глобалізації та інформаційної глобалізації, зокрема. У статті проведено аналіз суперечностей сучасної техніко-економічної парадигми, які виникають у суспільстві в техносоціальній і техноприродній сферах відносин і посилюються впливом інформаційної глобалізації. Суперечностям сучасного розвитку суспільства властивий ефект трикратної подвійності: 1) поява нових технологій є одночасно чинником прогресу в суспільстві та суперечностей його розвитку; 2) суперечності «людина – НТП – природа» походять від того, що суспільство є як причиною їх посилення, так і засобом вирішення; 3) глобалізації, в умовах якої відбувається сучасний розвиток суспільства, притаманна двоєдина суперечлива сутність (глобалізація «по горизонталі» – зумовлена об'єктивно та глобалізація «по вертикалі» – керована). Суспільство може уникнути процесів деградації, якщо буде займатися розвитком соціально-економічної системи і спільної та узгодженої дії членів соціуму, використовуючи переваги інноватизації, інформатизації та мережовості як засобів та інструментів вирішення суперечностей сучасної техніко-економічної парадигми.

Ключові слова: техносоціальні суперечності, техноприродні суперечності, розвиток суспільства інформаційна глобалізація, техніко-економічна парадигма.

Життя світового суспільства стає дедалі суперечливішим. Відбувається стрімкий розвиток технологій, надактивне підкорення людиною природи, кардинальні зміни безпосередньо в соціумі. Всі ці процеси посилюються у наш час загальнопланетарним процесом, яким є глобалізація, зокрема інформаційна.

Інформаційна глобалізація є явищем, яке зумовлено техніко-технологічним прогресом суспільства та, зокрема, розвитком інформаційних, інформаційно-комунікаційних і комп'ютерних технологій. Проте, крім переваг, які забезпечує мережева взаємозалежність учасників інформаційного простору, інформаційна глобалізація виявляє та посилює також техніко-економічні та суспільно-економічні суперечності.

Тема техносоціальних і техноприродних суперечностей представлена в сучасних економічних дослідженнях як один із аспектів

великої наукової проблеми, яка стосується розвитку соціально-економічних систем. Відповідно до проблематики нашого аналізу передусім відзначимо вчення В. Вернадського про біосферу та ноосферу. В контексті цього вчення відомий вітчизняний науковець А. Гальчинський визначив принципи ноогенези та розвинув теорію метаекономіки. Важливими науковими напрямками є також дослідження трансформацій капіталістичного суспільства у суспільство, що засноване на знаннях (П. Друкер), становлення нового індустріального суспільства (Дж. К. Гелбрейт), майбутнього постіндустріального суспільства (Д. Белл), інформаційного (М. Кастельс), мережевого (Й. Маруда), електронно-цифрового (Д. Тапскотт) та ін.

Метою статті є дослідження суперечностей сучасної техніко-економічної парадигми, які виникають у суспільстві в техносоціальній

і техноприродній сферах відносин і посилюються впливом інформаційної глобалізації.

Техніко-економічна парадигма є прикладом певного історичного періоду, в якому досягнутий технологічний рівень досконалості виступає визначальним чинником економічного розвитку суспільства. Проте розвиток суспільства не є прямолінійним економічним зростанням, яке засноване на використанні продуктивних технологій. Природа цього процесу суперечлива. Невипадково в англійській науковій літературі поняття «інноваційні хвилі» («*waves of innovation*») за змістом майже збігається з поняттям «техніко-економічна парадигма» (*techno-economic paradigm*), що пояснюється тісним зв'язком інноваційних змін і циклічності економічного розвитку.

Технологічний прогрес, таким чином, є фактором появи та наростання суперечностей, які виникають періодично та пов'язані зі змінами поколінь техніки. Проте, з іншого боку, той самий технологічний прогрес є результатом розвитку людської думки. Отже, такі елементи матеріального світу як знання та інформація є одночасно і причиною посилення суперечності, і засобом її розв'язання. Саме наявність знанневої складової розвитку соціально-економічних систем дозволяє їм певний час існувати, навіть якщо споживання ресурсів для потреб виробництва виходить за межі балансу між можливостями природи та збереженням умов гармонійного розвитку соціуму (з одного боку) і технологічним прогресом і економічним зростанням (з іншого).

Аксіоматично, що в центрі всіх процесів, які відбуваються в суспільстві, знаходиться людина. Саме людина в межах своєї діяльності поєднує всі елементи продуктивних сил, зумовлюючи певний зміст технологічних і економічних відносин, а отже, визначаючи належність макросистем до відповідного за рівнем розвитку техніко-економічного укладу.

Новий тип техніко-технологічних і економічних відносин швидко поширюється в нинішньому глобалізованому світі. Безпосередніми творцями системних змін є працівники розумової праці (*knowledge workers*). Це – новий тип працівників (людей розумової праці та творчої діяльності – когнітаріату, інфор-

маційних й інформаціональних працівників, символічних аналітиків, експертів знання¹). Вони діють у господарській сфері, застосовуючи свій інтелект та інформацію, якою володіють. Саме завдяки притаманній людині здатності творити інформація через поєднання з продуктивним інтелектом² із допоміжного засобу організації господарських і виробничих зв'язків перетворилась на провідний (відповідно інформаційно-інтелектуальний) ресурс і чинник науково-технічного прогресу.

Застосовуючи в процесі виробництва інтелектуальний капітал, людина не витрачає його як витрачається будь-який інший ресурс, а навпаки, примножує та збагачує (ефект прозьюмерізму, описаний Е. Тоффлером). Цей учений ввів назву «*prosumer*», тобто термінологічно зафіксував властивості людини і як виробника, і як споживача, які у процесі праці виникають одночасно. Явище прозьюмерізму охоплює інтереси обох сторін виробничого процесу – як працівника, так і виробника. В процесі виробництва відбувається перехід інтелектуального капіталу з однієї форми в іншу: по-перше, унаслідок інтелектуальної діяльності працівників їх знання набувають об'єктивованої форми – перетворюються на інтелектуальний продукт, який стає власністю компанії (обертом інтелектуальної власності); по-друге, відбувається зворотний вплив – інтелектуальний продукт як об'єктивовані знання стають доступними для працівників компанії, дозволяючи розширити їх пізнання через збагачення інтелекту [1, с. 102–104].

Проте обопільна вигода, яку одночасно отримують власники компаній і їх працівники, не означає, що процес виробництва/споживання інформації та знань позбавлений суперечностей. У царині відносин «праця – капітал» набуває наочності закон єдності та боротьби протилежностей: суспільно значуще продукування індивідами знань та інформації (безза-

¹ Використана термінологія Е. Тоффлера, М. Кастельса, Р. Райха, П. Друкера.

² Продуктивний інтелект ми розуміємо як нагромаджені пізнавальні властивості людини, які реалізовані індивідом – учасником господарських процесів, і використовуються суспільством із метою прогресивних змін в економіці та соціумі загалом.

перечний позитив), які є найбільш цінними у наш час благами, проявляється поряд із небажаним для суспільства ефектом концентрації багатства «в руках» глобальних корпорацій. Завдяки створенню та застосуванню людиною інтелектуально-інформаційного ресурсу у виробництві глобальний капітал отримує технологічні переваги у вигляді принципових змін властивостей виробленого товару, що відкриває нові можливості монополізації економічного простору.

Розбіжності інтересів суспільства та великих корпорацій (саме вони у наш час зосереджують у своїй власності найбільші обсяги інтелектуально-інформаційного багатства, виробленого соціумом) зумовлені суперечностями, які зароджуються у сфері відносин «праця – капітал» при взаємодії / протидії суб'єктів. Зважаючи на такі властивості глобальної соціально-економічної системи, як відкритість, самоорганізація та нерівновага, будь-які зміни на рівні первинних одиниць соціуму (індивідів як носіїв інтелекту та творців інформаційно-знаннєвого ресурсу) означають початок формування нової якості всієї мегасистеми. Споживання продукції, яка за названих вище умов стає все більш насиченою інформацією та знаннями, веде до флуктацій – відхилень глобальної соціально-економічної системи від попереднього стану. Від початку таких змін протилежності у будь-який спосіб (еволюційно чи революційно) переростають у суперечність, отже, об'єктивно створюються умови для розгалуження динаміки та виникає вірогідність зміни напрямку її руху.

Важливо те, що разом із перебудовою економічної системи та всіх виробничих відносин, які відповідають певному ступеню розвитку продуктивних сил суспільства, технології переміщуються з суто господарської сфери в соціальну, перетворюючи людські відносини.

Названі процеси відображає у наш час, зокрема, *NBIC*-конвергенція. Вона передбачає наявність ефекту одночасної дії нано-, біо-, інфо- та когнітивних технологій. Поєднання досліджень у напрямі створення / використання таких технологій дозволяє вже у недалекому майбутньому передбачити ланцюгову реакцію різноманітних технологічних іннова-

цій, які сукупно стануть причиною глобальної трансформації безпосередньо способу розвитку людської цивілізації [2].

Проте позитив від *NBIC*-конвергенції в економіко-технологічній сфері має побічні ефекти в соціумі, оскільки така конвергенція здатна спричинити ризик виникнення суттєвих і небажаних зрушень у гуманістичній сфері. Як зазначають науковці [2], це стосується «покращення людини», «людської функціональності» (*improving human performance*), так би мовити «розширення людини» (*human enhancement*). Йдеться про технологічне посилення людських фізичних та інтелектуальних якостей, про прирощення здібностей індивіда, зрештою про модифікацію людини. Досить імовірно, що за використання конвергентних технологій (нанотехнології, біотехнології та генної інженерії, інформаційних і комунікаційних технологій і когнітивних наук) може бути реалізована ідея «технічного удосконалення людини». Підкреслюючи наявність суперечності, зазначимо, що поряд із розширенням можливостей медицини, подовженням терміну життя індивіда, більш повним розкриттям його інтелектуальних можливостей тощо, *NBIC*-конвергенція пов'язана із втручанням у свідомість людини, що веде до підконтрольності, а отже, до формування штучно створеної моралі, духовних принципів, культурних цінностей, політичної лояльності та ін.

Науковці слушно зазначають, що в умовах переходу через інформаційне суспільство до суспільства, яке засноване на знаннях (тобто до когнітивного), первинною по відношенню до розвитку технологій та інформаційно-комунікаційних процесів є самореалізація людини як частини та основи конвергентної цілісності «соціум + техноприродне середовище» [3, с. 30].

Досліджуючи суперечності у рамках існуючої техніко-економічної парадигми та аналізуючи у такому контексті техноприродне середовище, необхідно вказати зокрема на значимість безпосередньо людської діяльності, яка націлена на притягнення у сферу виробництва природних ресурсів і на їх інтеграцію з іншими факторами в рамках технологічного ланцюга продукування товару. Йдеться про

досягнення узгодженості між використанням у виробничому процесі природних ресурсів, що вводяться (з одного боку), та технологією, працею та інформацією (з іншого боку).

Такий аспект вказує на ступінь відповідності між природною складовою ресурсного потенціалу виробничого зростання та іншими його факторними складовими. Якщо людство зможе забезпечити перехід виробничої сфери до чистих і безвідходних технологій, то це фактично означатиме, що в суспільстві створено умови для затвердження постіндустріальної економіки. Науковці [4, с. 45] вказують на те, що разом зі змінами середовища природного місця існування та якості життя людей, змінюється структура споживання (вже нині переважають інформаційні, освітні, медичні та інші послуги).

Отже, детермінантами розвитку економічної сфери у наш час виступають природні чинники, з одного боку, та соціальні – з іншого. Дослідження соціальних і природно-ресурсних суперечностей науковці вважають найбільш актуальними проблемами, оскільки вони стосуються економічної діяльності на всіх політичних і територіальних рівнях. Їх граничними формами взаємодії є синергія і конфлікт [5, с. 140, 142]. У першому випадку (синергії) в соціумі виникають сприятливі умови для постіндустріального розвитку, оскільки НТП відбувається одночасно та узгоджується з формуванням найсприятливішої для людства глобальної екології (іншими словами, утворюються умови виникнення ноосферного суспільства). У іншому випадку (конфлікт) виникає протидія названим процесам. При цьому необхідно враховувати вплив глобалізації (як позитивний, так і негативний), посиленню якого істотно сприяє відкритий інформаційний простір. За названих обставин обов'язково відбуваються трансформації існуючих відносин природа/суспільство, а разом із ними (у разі невідповідності критеріям стійкого економічного розвитку суспільства) виникають суперечності, які через конфлікт можуть «перерости» в глобальну катастрофу.

Отже, суперечностям сучасного розвитку суспільства властивий ефект трикратної подвійності, який проявляється у тому, що, по-

перше, поява нових технологій є одночасно чинником прогресу в суспільстві та суперечностей його розвитку; по-друге, суперечності в системі «людина – НТП – природа» виникають через те, що власне саме суспільство, яке нині стало істотно техногенним, яке спричиняє їх посилення, так і розв'язує їх; по-третє, глобалізація, в умовах якої відбувається сучасний розвиток суспільства, знаходиться нині у найбільш активній фазі внаслідок розгортання процесів інформаційної глобалізації, їй властива двоєдина суперечлива сутність (глобалізація «по горизонталі» – зумовлена об'єктивно та глобалізація «по вертикалі» – керована, створена штучно).

Суспільство може уникнути процесів деградації через запобігання доведенню техносоціальних і техноприродних суперечностей до стадії «конфлікт». Для того, щоб суспільство своєчасно вжило певних заходів для протидії глобальному виклику, необхідна швидка реакція на сигнал про існування небезпеки. Цьому може істотно сприяти інформаційна глобалізація, яка має значний координаційний ресурс. Новий формат відносин (який відповідає умовам становлення постіндустріального суспільства) у середовищі людської діяльності, що розглядається, ґрунтується на сучасних інформаційних технологіях. Природа, техніка, людина та всі процеси, які опосередковують взаємозв'язок названих компонентів техноприродної сфери життя суспільства, функціонують у визначеному контенті часу і простору, а отже, піддаються узгодженню.

Оцінюючи сучасні можливості інформаційно-комунікаційних технологій, науковці [3, с. 26–27] доводять, що стійкості суспільного розвитку можна досягти, сформувавши умови гармонійно утвореного техноприродного середовища. Механізмом підтримки соціально-економічної, у тому числі екологічної стійкості, є у наш час інтелектуальна конвергентна гіпермережа. Вона формується через конвергенцію інформаційно-управлінських мереж: *Internet of Things* («Інтернет речей»), *Smart Grid* («Розумні» мережі), *Cisco Planetary Skin* («Шкіра планети» – система планетарного моніторингу), *Central Nervous System for the Earth* («Центральна нервова система Землі»),

Smartdust («Розумний пил»), *RFID*-мітки (за сіб радіочастотної ідентифікації).

На основі конвергентної гіпермережі, поперше, вибудовується нова система управлінських заходів, метою яких є запобігання конфлікту у сфері взаємодії «людина – природа – технологія». Зміст таких заходів полягає у формуванні «людини соціумної», що дозволяє суспільству вижити в деструктивній по відношенню до природи технотронномеханістичній системі життєдіяльності (яку людина сама ж і створила). По-друге, гіпермережа дозволяє реалізувати у індивідів здатність до взаємодії (до інтероперабельності). Це стосується всього комплексу економічно індивідуалізованих суб'єктів соціуму на всіх рівнях його життєдіяльності як ядра постіндустріальної трансформації економічних систем і об'єктів з опорою на презумпцію ноосферних пріоритетів розвитку економіки [3, с. 26].

Трансформація світової економіки та її поступовий перехід до постіндустріальної вимагає формування нового типу індивідуальної та колективної свідомості в умовах прозорості процесів їх взаємодії з глобальною оточуючою системою – техноприродним середовищем. Особливість цих процесів полягає у тому, що соціально-економічні індивіди та їх колективно визначені в рамках соціуму групи усвідомлюють невідворотність перебудови своїх дій згідно з цілями ноо-гармонічної трансформації світової економіки, та в подальшому постійно реалізують їх відповідним чином [6, с. 16].

У сучасній економічній науці представлена низка ґрунтовних досліджень, які розширюють названий контекст [7–9; 10]. Вони відображають наукові позиції вчених з приводу можливостей суспільства уникнути конфліктів, глобальних катастроф, вчасно відреагувавши на виникнення суперечностей, а також погляди науковців на можливість забезпечення саморозвитку соціально-економічної системи на основі спільної та узгодженої дії членів соціуму в умовах поширення процесів інновації, інформатизації та мережовості. Йдеться передусім про колаборативні³ відносини та створення на їх основі різних екосистем, а та-

кож про моделі потрійної (*Triple Helix Mode*, модель Г. Іцковіца та Л. Лейдесдора «наука – бізнес – держава») та четвертинної спіралі (*Quadruple-Helix Model*, модель Ю. Караяніса і Д. Кемпбелла «наука – бізнес – держава – представники громадянського суспільства»).

Поняття системної колаборації стосується інтерактивних мережових взаємодій, які зумовлені інформаційною глобалізацією. На основі колаборативних відносин побудовані мережові екосистеми громадянського суспільства (інакше – інноваційні екосистеми), роль яких посилилась у глобалізованих і опосередкованих дією інформації соціально-економічних відносинах. Вони стають основними «вузлами» генерації та дифузії нових знань, результатом впливу яких є перетворення навколишнього середовища. Такі екосистеми є новим організаційним елементом сучасної економіки та новим універсальним способом виробництва суспільних благ. Вони можуть утворюватись як у будь-якому локальному (в рамках компаній, кластерів, наукових парків тощо), так і в глобальному просторах. Таке розвинуте мережове середовище відповідає сучасним моделям національних інноваційних систем Скандинавії, ЄС, а також США – країнам з ознаками постіндустріальної економіки [11, с. 15, 18].

Отже, розвиток мережової кооперації та формування інноваційних екосистем у наш час є найбільш ефективним шляхом вирішення суперечностей, пов'язаних із феноменом глобалізації загалом (та із феноменом інформаційної глобалізації зокрема). На нашу думку, існує достатньо підстав для того, щоб спрацював принцип: «подібне лікується подібним». Річ у тому, що подвійна (суперечлива) сутність глобалізації проявляється у тому, що вона (глобалізація) одночасно є і причиною, і наслідком глобальних проблем, які виникають в умовах техногенного цивілізаційного розвитку, спродукованого суспільством (діяльністю людини у широкому сенсі). Підтверджуючи цей факт, науковці [12, с. 206–207] відзначають об'єктивність глобалізації як еволюційного процесу техногенного генезису суспільства та природи. Основною детермінантою глобалізаційних процесів є техногенний соціум,

³ Колаборація – процес спільної узгодженої діяльності.

який спрямовує соціоприродний розвиток в інтересах техногенно розвинутих країн світу і ТНК. У результаті утворюється «суперечлива єдність двох процесів: 1) глобалізації «по горизонталі», або природної глобалізації та 2) глобалізації «по вертикалі», або керованої, «штучної» глобалізації». На наш погляд, наразі суспільство може протиставити штучній глобалізації тільки громадянську думку, організовану у мережі.

Постійне зростання ризиків і загроз, які виникають у межах національних, міжнародної та планетарної систем, вимагає спільних зусиль людства і заходів із глобальної координації на різних рівнях управління. Основою для цього є формування комплексу сукупних інформаційних даних, які генеруються в рамках трансакційного пізнання та перетворення середовища, яке оточує людство, в усьому його матеріальному і нематеріальному різноманітті. Відзначаючи зростаючу роль організаційної кооперації у розвитку економіки та соціуму, науковці підкреслюють, що саме вона покликана обмежити намагання урядів певних країн і корпорацій вирішувати власні інтереси за рахунок інших (менш розвинутих і слабших у економічному сенсі) країн і господарських структур. Пояснюється це тим, що за допомогою організаційної кооперації набувають поєднання й узгодження різні, утворюючі основу розвитку суспільства вектори – економічний, науково-технічний, культурно-когнітивний та інші [3, с. 25–26].

Отже, всі середовища людської діяльності, які опосередковані техніко-економічними відносинами (техніко-економічне, техносоціальне, техноприродне), можуть бути ефективно організовані як взаємозалежні складові великої відкритої системи, яким є глобалізоване суспільство. Це можливо, незважаючи навіть на те, що вони є особливим чином визначені (сутнісно, змістовно та функціонально) й кожному з них відведена власна роль у формуванні сучасної техніко-економічної парадигми.

На думку науковців [11, с. 14], початок реального інноваційно-орієнтованого зростання пов'язаний із формуванням в економіці особливого динамічного мета-середовища, яке утворено з множини саморегульованих мере-

жєвих колективів. Показово, що становлення нових мережєвих спільнот нині розглядають дослідники цієї проблеми [13, с. 49] як можливість зробити інновації системними та більш гнучкими при реагуванні на динамічні зміни середовища; як генеральний спосіб підвищення результативності інноваційних процесів, які, в свою чергу, призводять до змін існуючої техніко-економічної парадигми. Виконанню цього завдання, зокрема, підпорядковані майже всі програми та напрями науково-технічної політики в ЄС.

Дослідження суперечностей, які зароджуються та розвиваються в межах сучасної техніко-економічної парадигми, дозволили констатувати таке:

1. Соціально-економічні системи відрізняються від інших (природних) систем тим, що люди створюють особливий продукт – інформацію та знання. Інтелект людини, інформація та знання у своїй сукупності утворюють основу технологічного прогресу. Проте зміни поколінь техніки та технологічні революції, які виникають періодично, вказують на нелінійність економічної динаміки. Отже, поява нових технологій є одночасно чинником прогресу в суспільстві та суперечностей його розвитку.

2. У наш час соціальні чинники є однією з найважливіших детермінант економічного розвитку суспільства; іншою, не менш важливою детермінантою є природні чинники. В контексті сучасної техніко-економічної парадигми це означає, що науково-технічний прогрес має узгоджуватись з найбільш сприятливим для людства станом природного середовища. Основною проблемою є те, що суспільство, яке нині стало техногенним, є як причиною посилення суперечностей, так і засобом їх розв'язання. Тобто свідомо інтелектуальна діяльність людини, знання та інформація, якими вона володіє, дозволяє соціально-економічним системам певний час існувати, навіть якщо споживання ресурсів для потреб виробництва виходить за межі балансу між можливостями природи та можливостями збереження умов гармонійного розвитку соціуму і бажанням суспільства задовольняти постійно зростаючі потреби за рахунок технологічного прогресу та економічного зростання.

3. Особливість сучасної техніко-економічної парадигми полягає у тому, що всі процеси в економіці та суспільстві загалом підпадають під вплив глобалізації; зокрема надзвичайно впливовою нині є дія інформаційної глобалізації. Глобалізації притаманна двоєдина суперечлива сутність. З одного боку, назване явище природне й об'єктивно зумовлене – це глобалізація «по горизонталі»; з іншого воно штучне і кероване – це глобалізація «по вертикалі». Суспільство може протистояти керованій глобалізації, яка відбувається в інтересах найбільш технологічно розвинутих країн і ТНК, використавши для цього переваги координаційного ресурсу, яким від природи наділена глобалізація.

4. Усі середовища людської діяльності, які опосередковані техніко-економічними відносинами (техніко-економічне, техносоціальне, техноприродне), можуть бути ефективно організовані як взаємозалежні складові великої відкритої системи, яким є глобалізоване суспільство. Основою для цього є забезпечення саморозвитку соціально-економічної системи на основі спільної та узгодженої дії членів соціуму в умовах поширення процесів інновації, інформатизації та мережовості. Такий підхід до організації та управління життям глобалізованого соціуму дозволяє запобігти виникненню конфліктів, зумовлених проявами штучної (керованої) глобалізації, сформувавши умови затвердження гармонійних відносин у системі «людина – НТП – природа», забезпечити узгодженість інноваційної динаміки з імперативом виникнення нової (постіндустріальної) техніко-економічної парадигми та розбудови ноосферного суспільства.

ЛІТЕРАТУРА

1. Шкурупій О. В. Інтелектуальний капітал в умовах становлення постіндустріального суспільства: імперативи глобального економічного розвитку та орієнтири для України / О. В. Шкурупій. – Полтава : РВВ ПУЕТ, 2010. – 303 с.
Shkurupii O. V. Intelektualnyi kapital v umovakh stanovlennia postindustrialnogo sus-
2. Аршинов В. И. Проблема управления NBIC-конвергенцией: синергетический аспект [Электронный ресурс] / В. И. Аршинов. – XII Всероссийское совещание по проблемам управления ВСПУ-2014. – Москва : 2014. – Режим доступа: <http://vspu2014.ipu.ru/proceedings/prcdngs/7704.pdf>. – Назва з екрана.
Arshinov V. I. Problema upravleniya NBIC-konvergentsiyey: sinergeticheskiy aspekt [Elektronniy resurs] / V. I. Arshinov. – XII Vserossiyskoye soveshchaniye po problemam upravleniya VSPU-2014. – Moskva : 2014. – Rezhim dostupu: <http://vspu2014.ipu.ru/proceedings/prcdngs/7704.pdf>. – Nazva z ekrana.
3. Агеев А. Нооэкономика: определенная экономика в неопределенном будущем / А. Агеев, Е. Логинов // Экономические стратегии. – 2011. – № 11. – С. 24–31.
Ageyev A. Nooekonomika: opredelennaya ekonomika v neopredelennom budushchem / A. Ageyev, E. Loginov // Ekonomicheskiye strategii. – 2011. – № 11. – S. 24–31.
4. Глазьев С. Ю. О неравномерности современного экономического роста как процесса развития и смены технологических укладов / С. Ю. Глазьев // Социология. – 2013. – № 4. – С. 42–52.
Glazyev S. Yu. O neravnomernosti sovremen-nogo ekonomicheskogo rosta kak protsessa razvitiya i smeny tekhnologicheskikh ukладov / S. Yu. Glazyev // Sotsiologiya. – 2013. – № 4. – S. 42–52.
5. Балацький О. Ф. Конфліктна складова системи соціоприродних зв'язків у економічній сфері взаємовідносин / О. Ф. Балацький, М. М. Петрушенко, Г. М. Шевченко // Механізм регулювання економіки. – 2012. – № 2. – С. 140–153.

- Balatskyi O. F. Konfliktna skladova systemy sotsiopryrodnykh зв'язkiv u ekonomichnii sferi vzaiemovidnosyn / O. F. Balatskyi, M. M. Petrushenko, H. M. Shevchenko // *Механізм реформування економіки*. – 2012. – № 2. – С. 140–153.
6. Логинов Е. Л. Нооэкономика: генезис конструирования новой социально-экономической реальности / Е. Л. Логинов // *Финансы и кредит*. – 2011. – № 39 (471). – С. 15–18.
- Loginov E. L. Nooekonomika: genezis konstruirovaniya novoy sotsialno-ekonomicheskoy realnosti / E. L. Loginov // *Finansy i kredit*. – 2011. – № 39 (471). – С. 15–18.
7. Russell M. G. et al Transforming Innovation Ecosystems through Shared Vision and Network Orchestration [Електронний ресурс] / Russell M. G. et al // *Triple Helix IX International Conference*. – Stanford, 2011. – Режим доступу: http://www.leydesdorff.net/th9/3NWAIFYZH9_Russell.pdf. – Назва з екрана.
8. Leydesdorff L. The triple helix perspective of innovation systems / Leydesdorff L., Zawdie G. // *Technology Analysis & Strategic Management*. – 2010. – № 22 (7). – P. 789–804.
9. Etzkowitz H. The Triple Helix-University-Industry-Government Relations: A Laboratory for Knowledge-Based Economic Development / Etzkowitz H., & Leydesdorff L. // *EASST Review*. – 1995. – № 14. – P. 14–19.
10. Carayannis E. G. Triple Helix, Quadruple Helix and Quintuple Helix and How Do Knowledge, Innovation, and Environment Relate to Each Other? / Carayannis E. G., Campbell D. F. J. // *International Journal of Social Ecology and Sustainable Development*. – 2010. – № 1 (1). – P. 41–69.
11. Катукоев Д. Д. Институциональная среда глобализированной экономики: развитие сетевых взаимодействий / Катукоев Д. Д., Малыгин В. Е., Смородинская Н. В.; под ред. Н. В. Смородинской. – Москва : Ин-т экономики РАН, 2012. – 45 с.
- Katukov D. D. Institutsionalnaya sreda globalizirovannoy ekonomiki: razvitiye setevykh vzaimodeystviy / Katukov D. D., Malygin V. E., Smorodinskaya N. V.; pod red. N. V. Smorodinskoy. – Moskva : In-t ekonomiki RAN. 2012. – 45 s.
12. Демиденко Э. С. Философия социально-техногенного развития мира: статьи, понятия, термины / Э. С. Демиденко, Е. А. Дергачева, Н. В. Попкова. – Брянск : БГТУ; Москва : Всемирная информ-энциклопедия, 2011. – 388 с.
- Demidenko E. S. Filosofiya sotsialno-tekhnogennogo razvitiya mira: stati, ponyatiya, terminy / E. S. Demidenko, E. A. Dergacheva, N. V. Popkova. – Bryansk : BGTU; Moskva : Vsemirnaya inform-entsiklopediya. 2011. – 388 s.
13. Inkinen S. и Innovation and «Innoflation» – Challenges of Creative Processes, Systemic Innovations and Ubiquitous Technologies [Електронний ресурс] / Inkinen S. // *Baltic Rim Economies*. // *Quarterly Review*. – 2011. – № 1. – P. 49. – Режим доступу: <http://www.utu.fi/fi/yksikot/tse/yksikot/Documents/20final%2017.3.2011.pdf>. – Назва з екрана.

Т. А. Дейнека, кандидат экономических наук (Высшее учебное заведение Укоопсоюза «Полтавский университет экономики и торговли»). **Техносоциальные и техноприродные противоречия развития общества в условиях информационной глобализации.**

Аннотация. Особенность современного проявления техносоциальных и техноприродных противоречий связана со стремительным развитием технологий, чрезвычайно активным покорением человеком природы, кардинальными изменениями непосредственно внутри социума, которые усиливаются под влиянием глобализации в целом и информационной глобализации в частности. В статье проанализированы противоречия современной технико-эконо-

мической парадигмы, которые возникают в обществе в техносоциальной и техноприродной сферах отношений и усиливаются под влиянием информационной глобализации. Противоречиям современного развития общества характерен эффект троекратной сдвоенности: 1) появление новых технологий является одновременно фактором прогресса в обществе и противоречий его развития; 2) противоречия «человек – НТП – природа» происходят потому, что общество является как причиной их усиления, так и способом разрешения; 3) глобализации, в условиях которой происходит современное развитие общества, свойственна двуединая противоречивая сущность («глобализация по горизонтали» объективно обусловленная и «глобализация по вертикали» – управляемая). Общество может избежать процессов деградации, если обеспечит саморазвитие социально-экономической системы и общего, а также согласованного действия членов социума при использовании преимуществ инноватизации, информатизации и сетизации как способов и инструментов разрешения противоречий современной технико-экономической парадигмы.

Ключевые слова: техносоциальные противоречия, техноприродные противоречия, развитие общества, информационная глобализация, технико-экономическая парадигма.

T. Deyneka, Cand. Econ. Sci. (Poltava University of Economics and Trade). *Techno-social and techno-environmental contradictions of society development under conditions of informational globalization.*

Summary. The peculiarity of techno-social and techno-environmental contradictions modern manifestations is associated with the rapid development of technologies, extremely active conquest of nature, dramatic changes within the society, which are enhanced under the influence of globalization in general and the informational globalization in particular. Analysis of modern techno-economic paradigm arising in society in techno-social and techno-environmental spheres of relations and are enhanced under the influence of informational globalization. Contradictions of modern society development have the character of triple doubling: 1) emergence of new technologies is at the same time a factor for the progress in society and its development' contradictions; 2) contradictions "human being – STP – nature" come from the fact that society is both a cause of their intensification and the way to resolve them; 3) globalization under which modern society development occurs has twofold contradictory nature ("horisontal globalization" which is objectively determined and "vertical globalization" – manageable). The society can avoid the degradation processes basing on provision of social and economic system self-development and general as well as coordinated society members' action in applying the advantages of innovatization, informatization and networkig as a means and instruments for modern techno-economic paradigm contradictions' resolution.

Keywords: techno-social contradiction, techno-environmental contradiction, informational globalization, techno-economic paradigm.

МЕТОДОЛОГІЯ ІНДИКАТИВНОЇ ОЦІНКИ ВІДТВОРЮВАЛЬНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ РЕГІОНУ

О. А. СТРОКАНЬ, кандидат економічних наук; О. П. ШУЛЕЖКО
(Черкаський державний технологічний університет)

Анотація. Мета статті – обґрунтувати методологію індикативного аналізу соціально-економічного розвитку регіону. З позиції конструювання теоретико-методологічної платформи означено зміст відтворювального розвитку, на основі якого здійснюється індикативне управління економічними системами. Визначено завдання індикативного аналізу та інструменти індикативної діагностики. Основними показниками формування, функціонування та розвитку будь-якої економічної системи є якісні характеристики на макро-, мезо-, міні- та мікрорівні, конкретизовані специфічними сукупностями показників. Їх архітектоніка визначається особливостями різних систем із урахуванням цілей розвитку і взаємозв'язків між ними.

Ключові слова: аналіз, індикатори, відтворювальний розвиток, соціально-економічна система, інноваційно-інвестиційний механізм, інноваційний розвиток регіону.

За останні роки в державі сформувалися істотно відмінні від історичних аналогів територіальні середовища зі специфічним набором проблем, насамперед із позицій між-регіональних суперечностей і диспропорцій, гіпертрофії багатьох регіонів із відповідним хронічним депресивним станом, що підсилюється нерівномірністю економічного стану. За таких умов обґрунтування і формування регіональної політики, спрямованої на сталий і ефективний соціально-економічний розвиток територій, можливі при відтворювальному, насамперед фінансово-інвестиційному потенціалі, результативності економічної діяльності, рівнем життя населення, які безпосередньо впливають на соціально-економічну обстановку. Тому реалізувати необхідні імперативи та перспективні трансформації регіональної економіки можливо, якщо враховувати цілий комплекс конкретних територіальних особливостей організаційно-економічної та соціальної ситуації.

Проблемі прогнозування та управління соціально-економічним розвитком регіону в контексті ринкової економіки приділено увагу в публікаціях багатьох вітчизняних дослідників, зокрема таких, як А. Бутенко, В. Геєць, М. Долішній, Б. Данилишин, А. Єпіфанов, С. Іщук, Ф. Заставний, С. Злупко, Б. Кваснюк,

А. Карлова, Т. Клебанова, В. Кравців, В. Куценко, І. Лукінов, В. Мікловда, І. Міхасюк, В. Нікіфорова, Л. Руденко, І. Сало, Д. Стеченко, В. Симоненко, В. Тарасенко, В. Тимчук, А. Федоренко, В. Хобта, М. Чумаченко, О. Шаблій, Л. Шевчук, О. Яременко. Такі дослідження зазначених та інших проблем, що пов'язаних із процесами, які відбуваються в регіонах, формують наукову основу для розробки концепцій перспективного соціально-економічного розвитку в умовах оптимального використання наявних економічних ресурсів, що забезпечить повноцінне, стабільне й життєздатне на глобальному рівні зростання національної економіки загалом.

Суттєвою основою економічного зростання є двоєдиний відтворювальний процес. З одного боку, необхідно формувати і розвивати потенціал, що є як відносно постійним фактором, у вигляді основних фондів і зайнятих в економіці, які в меншій мірі схильні до істотних трансформацій, так і інноваційно-інвестиційною складовою, сутнісні параметри яких піддаються значним і безперервним змінам. З іншого боку, вкрай важливим є ефективне використання наявних об'єктивних можливостей на основі організаційно-економічного механізму функціонування територіальної економіки.

Узагальнення економічної літератури свідчить про те, що сучасна теорія характеризує зміст відтворювального розвитку з різних позицій, в залежності від тих чи тих найбільш важливих явищ і процесів [1–6]:

- як ключовий аспект виокремлюється цілісність і єдність відповідних країн у динаміці результатів, факторів, пропорцій, форм і відносин;

- відтворення характеризується безперервно повторюваним процесом із урахуванням змінних фаз виробництва, обміну, розподілу та споживання в умовах циклічного розвитку економіки;

- найчастіше насамперед ідеться про відновлення використовуваних факторів (насамперед основних і оборотних коштів) у відтворювальному процесі;

- виокремлюються такі види відтворення – звужене (регресивне, зменшуване), просте (відновлення в колишньому масштабі) і розширене, передбачає збільшення обсягу виробництва продукту та його споживання;

- джерелом здійснення простого відтворення є сформована в процесі виробничої діяльності амортизація, тоді як розширеного – фонд накопичення;

- мірилом розширеного відтворення є не тільки відтворення витрачених факторів виробництва, але і збільшення результативних характеристик функціонування економічних систем (валового внутрішнього та валового регіонального продукту тощо);

- базисним принципом розширеного відтворення є випереджаюче зростання, по-перше, результатів порівняно зі спожитими засобами виробництва; по-друге, коштів виробництва порівняно з предметами споживання;

- у процесі відтворювального розвитку економічне зростання виявляється не тільки у збільшенні узагальнюючих характеристик функціонування економічних систем, а також у якісних і структурних трансформаціях;

- у системі факторів розширеного відтворення особливо помітне підвищення продуктивності живої праці, а з позицій використання минулої праці вказується на наявність фондоемного, фондонеутрального або фондозберігаючого етапів економічного розвитку;

- отже, критерієм відтворювального розвитку є зростання продуктивності суспільної праці, тому необхідно розробити та реалізувати методики їх оцінки, насамперед з урахуванням наявності та використання економічно активного населення, основних і оборотних коштів, інвестицій в основний капітал.

У сучасних умовах процес відтворювального розвитку модифікується з урахуванням того факту, що на зміну процесу колонізації, яка здійснювалася в XVIII–XIX ст., у XX ст. прийшла епоха взаємопроникнення національних економік і опосередкованого розмивання державних кордонів, пересування величезних масивів ресурсів як традиційних (насамперед капіталу та трудових), так і нових – інформаційних (у вигляді прогресивних технологій і відповідного розширення простору) та інноваційних (інтелектуальних потенціалу, власності та технологій).

Із цих позицій у сучасній економіці спостерігається, по-перше, низьке забезпечення економіки інноваційними розробками, і, по-друге, відбувається накопичення відтворювальних проблем різного ступеня складності, які в поточній економічній ситуації, та й із погляду перспектив, створюють значні труднощі для стабільного та сталого розвитку [6].

При цьому вони зачіпають не лише якийсь один елемент системи, наприклад виробництво чи фінансову систему, а поступово ніби «підточують» усю систему відтворення, яка, до того ж, має властивості внутрішнього взаємозв'язку її складових та інерційність.

Важливою також є проблема пропорційності, тобто забезпечення відповідності між виробництвом і потребами, між обсягом і структурою виробництва (як у натуральній формі, так і за вартістю), з одного боку, витратами та доходами в суспільстві, з іншого боку. Багато інших проблемних питань відтворювального характеру являють собою різні модифікації розглянутого аспекту в сукупності, що призводять до таких тяжких негативних наслідків, як гіпертрофована структура господарства, моральний і фізичний знос його технічної бази (що посилює ризик техногенних катастроф); інфляційні процеси, скорочення платоспроможного попиту, зростання безробіття та соці-

альної напруженості в суспільстві, ослаблення економічної безпеки країни тощо.

Враховуючи багатоплановість, складність і взаємозалежність як складових відтворювальної системи, очевидно, що способи розв'язання цих проблем слід визначати індикативним напрямом, підходом через посилення ключової ланки системи, яка зв'язує воедино всі її елементи. Такою ланкою є інноваційно-інвестиційний механізм. Його особливість полягає в тому, що він не обслуговує лише виробництво або сферу фінансового капіталу, а опосередковує всі відтворення, належить йому і забезпечує його рух.

Наразі інноваційно-інвестиційний механізм розглядається здебільшого як система трансформації ресурсів, а не їх відтворення. Немає належного розуміння того, що саме він значною мірою формує майбутні потреби, пропорції і тенденції економічного розвитку. Щодо національного багатства як найважливішого пункту добробуту країни, що є одночасно результатом і передумовою подальшого економічного зростання, інновації та інвестиції, як частина національного багатства, то воно в більшій мірі і виконує функції передумов, а відповідний механізм реалізує їх [6].

Однак це відбувається лише в тому разі, якщо виконуються вимоги до організації інноваційно-інвестиційного механізму та умови, необхідні для функціонування всієї відтворювальної системи: розвиток і посилення інноваційної спрямованості, безперервність інвестиційного процесу, дотримання оптимальності обсягів і структури капітальних вкладень, їх доцільність і обґрунтованість та ін.

На наш погляд, саме з таких позицій необхідно конструювати інноваційно-інвестиційний механізм, який організовує і регулює виробництво та здатний забезпечити адекватну трансформацію макроекономічних пропорцій з безперервністю відтворювального процесу, вивести економічну систему на траєкторію сталого розвитку.

Об'єктивним чинником трансформації економічних систем у конкурентоспроможну форму є кардинальна зміна технологічного укладу. Тільки увпровадження нових розробок і передових технологій, розвиток і зрос-

тання науково-технічного потенціалу виробничої бази економіки дозволяють здійснити перехід на більш високий щабель суспільного розвитку, адже саме в цьому і полягають головні переваги процесу інтенсивного росту. Щоб уникнути можливих негативних наслідків і тенденцій у розвитку економіки України і її економічних систем, необхідно перейти до нової техніко-економічної парадигми, в якій ключова роль належить інноваційно-інвестиційній системі, як імперативно-структурного елементу відтворення. Саме ця система рухається із відтворенням, і в його рамках формується якісно нову пропорційність у контексті сталого розвитку й економічної рівноваги [1].

Отже, ефективно функціонуючий інноваційно-інвестиційний механізм здатний не тільки «порушувати процеси виробництва і забезпечувати паритет у макроекономічних пропорціях, але, крім того, здійснюючи свій рух разом із відтворенням, формувати позитивну динаміку сталого розвитку національної і регіональних економічних систем.

Інноваційний розвиток суб'єктів господарювання та регіонів є пріоритетним напрямом формування сучасної економіки, орієнтованої на високотехнологічне виробництво конкурентоспроможних товарів і послуг. Для переходу регіональних економічних систем на відтворювальний шлях розвитку необхідно використати накопичені результати науково-технічного прогресу, припускаючи розроблення інноваційних стратегій із відповідними пріоритетами і цілями, алгоритмом і моніторингом їх реалізації в рамках індикативного підходу.

Індикативне управління економічними системами здійснюється на основі функціональної сукупності направляючого аналізу та оцінки, прогнозування і планування, організації та регулювання, моніторингу та мотивації, але основними вказівниками відтворювального розвитку (розмірами, структурою та координації, ресурсів і витрат, результатів і ефективності) з урахуванням інструментарію нормування, контрактації, бюджетування, інжинірингу та інвестиційного проектування з метою підвищення ефективності, стійкості та надійності функціонування господарюючих суб'єктів [2].

Індикаторами, тобто основними показниками формування, функціонування та розвитку будь-якої економічної системи, є якісні характеристики на макро-, мезо-, міні- та мікрорівні, конкретизовані специфічними сукупностями показників. Їх архітектоніка визначається особливостями різних систем з урахуванням цілей розвитку та взаємозв'язків між ними.

Традиційно індикатори соціально-економічного становища та розвитку регіональної економіки відображають основні показники територіального рівня:

- демографічна ситуація;
- ринок праці;
- рівень і якість життя населення;
- національне багатство;
- матеріально-технічна база;
- організаційна і галузева структура економіки (включає виробництво товарів і надання послуг, інвестиції та інновації, ціни і тарифи, фінанси, зовнішньоекономічна діяльність).

У свою чергу, кожен із індикаторів характеризується системою конкретних показників. При цьому індикатори і показники соціально-економічного становища відображають статистику цього явища в розрізі окремих суб'єктів господарювання – регіонів – за той чи той рік, тоді як розвиток регіональних економічних систем ілюструється динамічними змінами конкретного набору характеристик, дещо специфічних для того чи того регіону.

У свою чергу, кожен із індикаторів характеризується системою конкретних показників. При цьому індикатори і показники соціально-економічного становища відображають статистику цього явища в розрізі окремих суб'єктів господарювання – регіонів – за той чи той рік, тоді як розвиток регіональних економічних систем ілюструється динамічними змінами конкретного набору характеристик, дещо специфічних для того чи того регіону.

По-перше, слід зазначити рекомендаційний характер розроблюваних програм, проектів або планів, у рамках застосування програмно-цільового підходу.

По-друге, обов'язковою умовою індикативного управління є виявлення та обґрунтування основних показників, тобто укрупнених, значущих якісних характеристик, що вказують на умови розвитку, можливі трансформації і залежності.

По-третє, індикативний підхід орієнтує економічні системи на виконання тих або тих завдань, досягнення тих або тих параметрів розвитку [2].

По-четверте, індикативне планування здійснюються найчастіше за пріоритетними на-

прямими розвитку або виявленими «точками зростання» (підприємств, галузей, регіонів, країн).

По-п'яте, у ході розробки та реалізації макро- і мезоіндикативних програм і проектів необхідно обґрунтувати і застосувати системи заходів державного регулювання, підтримки і стимулювання.

Індикативне управління базується на виборі цілей, виявленні та обґрунтуванні індикаторів розвитку, тобто їх аналізі за допомогою системи різноманітних методів і прийомів. Іншими словами, індикативному плануванню передують індикативний аналіз як обов'язковий елемент системи індикативного управління. На цьому етапі оцінюється виявлена система індикаторів і адекватних приватних показників, обґрунтування лімітуючих факторів і «точок зростання».

На основі індикативного аналізу розробляється і формується сукупність необхідних соціально-економічних нормативів. Усе це дозволяє використовувати інструментарій індикативного управління в сукупності нормування (формування системи обов'язкових і рекомендаційних норм і нормативів для економічних суб'єктів), контрактації (координації інтересів і дій господарюючих суб'єктів і держави на основі мікропланів і держзамовлень), бюджетування (як впливу держбюджету на темпи і пропорції відтворювального розвитку при зміні розмірів і частки держвидатків у ВВП, так і бюджетного бізнес-планування в господарюючих суб'єктах), економічного інжинірингу (проектування економічних інститутів і систем), інвестиційного проектування (розробки планів і програм, укладення проектів, контролю за використанням ресурсів).

У процесі реалізації розробленого плану та відповідної програми дій необхідно за етапами впровадження безперервно зіставляти поставлені цілі та очікувані параметри з фактичними результатами, що здійснюється на основі плаваючого індикативного моніторингу в системі спостереження, обліку та контролю.

Отже, в рамках індикативної системи управління (за пріоритетами розвитку й укрупненими характеристиками) поетапно реалізується стратегія функціонування економічної

системи (можливо, починаючи від суб'єктів господарювання до територіального рівня) з простою або складною ітеграцією, тобто повторенням або поверненням до того чи того етапу, при якісно новому змісті як загалом, так і по підсистемах регіональної економіки [2].

Конкретними характеристиками функціонування регіональної економіки, згідно з наявною інформацією [4], є різноманітні показники, починаючи від чисельності населення і закінчуючи оцінками ефективності функціонування, як регіонів, так і їх структурних елементів у вигляді соціально-економічних підсистем: навколишнього середовища, виробничої (в тому числі, виробництва товарів і послуг), інноваційної та інвестиційної, фінансово-бюджетної, інституційної, управлінської та соціальної.

Розробка та реалізація адаптивного інструментарію індикативної діагностики відтворювальної діяльності регіонів повинна базуватися на виокремленій системі орієнтовних показників (ресурсів, результатів і ефективності) і відповідній сукупності показників впливу досліджувальних факторіальних характеристик на кінцеві результати функціонування регіональної економіки з позиції валового регіонального продукту.

ЛІТЕРАТУРА

1. Бутенко А. І. Інституційний механізм підвищення ефективності використання потенціалу суб'єкта господарювання / Бутенко А. І. // Економічні інновації : зб. наук. пр. – Одеса : ІПРЕЕД НАН України, 2014. – Вип. 57. – С. 43–51.
2. Бутенко А. І. Instytutsiinyi mekhanizm pidvyshchennia efektyvnosti vykorystannia potentsialu sub'iekta hospodariuvannia / Butenko A. I. // Ekonomichni innovatsii : zb. nauk. pr. – Odesa : IPREED NAN Ukrainy, 2014. – Vyp. 57. – S. 43–51.
3. Бузни А. О сопряженной модели экономического развития / А. Бузни, А. Карлова // Вісник економічної науки України. – 2012. – № 2 (22). – С. 24–26.
4. Бузни А. О сопряженной модели экономического развития / А. Бузни, А. Карлова // Вісник економічної науки України. – 2012. – № 2 (22). – С. 24–26.
5. Никифорова В. Современные подходы к разработке стратегий в контексте основных экономических теорий / В. Никифорова // Вісник економічної науки України. – 2012. – № 2 (22). – С. 101–105.
6. Никифорова В. Современные подходы к разработке стратегии в контексте основных экономических теорий / В. Никифорова // Вісник економічної науки України. – 2012. – № 2 (22). – С. 101–105.
7. Долишний М. Территориальная общественная система как объект исследования региональной экономики Украины / Долишний М. // Социально-экономические исследования в переходной период. Региональные общественные системы : сб. науч. статей. Вып. 3, ч. 1. – Львов : Ин-т региональных исследований НАН Украины, 2004. – С. 3–14.
8. Dolishniy M. Territorialnaya obshchestvennaya sistema kak obyekt issledovaniya regionalnoy ekonomiki Ukrainy / Dolishniy M. // Sotsialno-ekonomicheskiye issledovaniya v perekhodnoy period. Regionalnyye obshchestvennyye sistemy : sb. nauch. statey. Vyp. 3. ch. 1. – Lvov : In-t regionalnykh issledovaniy NAN Ukrainy. 2004. – S. 3–14.
9. Сторонянська І. Міжрегіональні інтеграційні процеси в Україні: тенденції та перспективи розвитку / І. Сторонянська. – Львів : ІРД НАН України, 2009. – 392 с.
10. Storonianska I. Mizhrehionalni intehratsiini protsesy v Ukraini: tendentsii ta perspektyvy rozvytku / I. Storonianska. – Lviv : IRD NAN Ukrainy, 2009. – 392 s.

6. Куценко В. І. Формування інноваційної траєкторії розвитку нової економіки / В. І. Куценко // Часопис соціально-економічної географії : Міжрегіональний зб. наук. пр. – Харків : ХНУ ім. В. Н. Каразіна, 2010. – Вип. 8 (1). – С. 5–14.

Kutsenko V. I. Formuvannia innovatsiinoi traiektorii rozvytku novoi ekonomiky / V. I. Kutsenko // Chasopys sotsialno-ekonomichnoi heohrafii : Mizhrehionalnyi zb. nauk. pr. – Kharkiv : KhNU im. V. N. Karazina, 2010. – Vyp. 8 (1). – S. 5–14.

О. А. Строкань, кандидат экономических наук; **О. П. Шулежко** (Черкасский государственный технологический университет). **Методология индикативной оценки воспроизводственной деятельности региона.**

Аннотация. Цель статьи – обосновать методологию индикативного анализа социально-экономического развития региона. С позиций конструирования теоретико-методологической платформы обозначено содержание воспроизводственного развития, на основе которого осуществляется индикативное управление экономическими системами. Определены задачи индикативного анализа и инструменты индикативной диагностики. Основными показателями формирования, функционирования и развития любой экономической системы являются качественные характеристики на макро-, мезо-, мини- и микроуровне, конкретизированы специфическими совокупностями показателей. Их архитектоника определяется особенностями различных систем с учетом целей развития и взаимосвязей между ними.

Ключевые слова: анализ, индикаторы, воспроизводственное развитие, социально-экономическая система, инновационно-инвестиционный механизм, инновационное развитие региона.

O. A. Strokan, Cand. Econ. Sci.; **O. P. Shulezhko** (Cherkasy State Technological University). **Methodology indicative assessment of reproductive activity in the region.**

Summary. The purpose of the article is to substantiate the methodology of the indicative analysis of socio-economic development of the region. From the standpoint of designing a theoretical and methodological platform indicate the contents of reproductive development, which is indicative of the management of economic systems. Defined objectives of the indicative analysis and indicative diagnostic tools. The main directions of formation, functioning and development of any economic system are the qualitative characteristics at the macro-, meso-, mini - and micro-level, specific specific sets of indicators. Their architectonics is determined by the characteristics of different systems taking into account the objectives of development and the linkages between them.

Keywords: analysis, indicators, reproductive development, socio-economic system, innovative investment mechanism of innovative development of the region.

ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ГАЛУЗІ МАШИНОБУДУВАННЯ НА СУЧАСНОМУ ЕТАПІ

Н. Г. СЕЙСЕБАЄВА, кандидат економічних наук
(Запорізький національний університет)

Анотація. У статті доведено, що відновлення економічного зростання в Україні та країнах СНД зумовило відновлення, а потім і зростання виробництва продукції машинобудування в 2000-х рр. Визначено, що її здатність конкурувати на світових ринках була значно послаблена, хоча збереглися старі технологічні надбання та людський капітал в окремих галузях. Доведено, що мова йде здебільшого про підприємства військово-промислового комплексу, які ще можуть дозволити Україні зайняти ніші в певних сегментах світового ринку. Доведено, що метал і енергетичні ресурси є основними матеріальними складниками собівартості продукції машинобудування, тому протягом тривалого періоду Україна зберігала високу конкурентну перевагу у процесі їх виробництва, пов'язану з наявністю розвинутого сектора металургії та доступом до дешевої енергії. Однак із розвитком ринкових відносин у перехідних економіках вона частково її втратила, оскільки ціна енергоносіїв, постачальником яких здебільшого була Росія, стрімко зросла в другій половині 2000-х рр., так само як і ціна металу, який активно експортується. Доведено, що для виробництва дуже багатьох видів продукції потрібні компоненти, що виробляють у країнах колишнього СРСР, які так само пережили економічне падіння в 1990-х рр., а тому не завжди змогли зберегти виробництва та технології.

Ключові слова: конкуренція, якість, ціна, сегмент світового ринку, розвиток, тенденції, розвиток, сегмент, виробництво продукції машинобудування, доходи, витрати, збитки.

Вагомий внесок у дослідження особливостей розвитку підприємств машинобудування зробили такі українські вчені: Н. Польова [1], І. Бураковський [2], В. Мовчан [2], О. Маслак [4], Л. Захаркіна [5], Ю. Ключ [6] та ін. У наукових працях зазначених авторів висвітлюються лише окремі аспекти діяльності підприємств машинобудування, а також питання управління інноваційною діяльністю в умовах ринкових відносин у сучасній економіці України. Проте слід зазначити, що в науковій літературі ще недостатньо розроблені питання щодо управління розвитком підприємств машинобудівної промисловості.

Метою статті є дослідження тенденцій розвитку галузі машинобудування на сучасному етапі.

Загальносвітовою тенденцією розвитку галузі машинобудування на сучасному етапі є зниження частки традиційних підгалузей машинобудування (так званої низькотехнологічної продукції) при одночасному зростанні обсягів експорту продукції електротехнічного

та електронного машинобудування. Ця тенденція не є характерною для України з вищевказаних причин. Відповідно до UNCTAD/WTO, частка експорту таких товарів у цьому сегменті світового ринку 2008 р. для України становила лише 0,15 %. Незначними, на жаль, є також відповідні частки й решти підгалузей машинобудування, за винятком групи «Залізничні та трамвайні локомотиви, рухомий склад, обладнання», відповідний показник для якої становив 7,2 % світового експорту. При цьому Україна увійшла в ТОП-5 найбільших експортерів цієї продукції, поступившись лише Китаю, Німеччині та США, що вказує на її сильні конкурентні позиції в цьому секторі.

Загалом, на ринках розвинених країн у галузі машинобудування панує жорстка конкуренція, де, крім якості та ціни, вагому роль відіграє політичний фактор, зокрема багаторічні налагоджені зв'язки з партнером і авторитет виробника. Це значно погіршує умови входження української продукції у цей сегмент світового ринку. Присутність вітчизняної

продукції машинобудування на ринках розвинутих країн можлива за умови, якщо вона є вузькоспеціалізованою або виробництво такої продукції у такій країні економічно недоцільне [1, с. 29].

Однією з найбільш високотехнологічних підгалузей машинобудування є оборонна промисловість, що традиційно посідає особливе місце у сфері машинобудування та є конкурентоспроможною на міжнародному ринку. За даними SIPRI [2, с. 94], Україна посідає 16 місце серед країн-експортерів зброї. Проте останніми роками оборонна промисловість втратила свою частку в галузі і має значно менший вплив на розвиток промисловості через невизначеність державної політики та непрозорість наявних угод. Отже, її експортний потенціал залишається недостатньо використаним.

На шляху до реалізації можливостей нарощення виробництва продукції машинобудування в Україні наявні й певні проблеми, пов'язані з регуляторним середовищем. Державне регулювання сфери машинобудування на сучасному етапі зосереджено здебільшого на митному регулюванні та наданні податкових пільг, причому сьогодні спостерігають тенденцію до скорочення рівня підтримки.

Зокрема, у травні 2010 р. Кабінет Міністрів України скасував Постанову «Про введення тимчасової 13-відсоткової надбавки до діючої ставки ввізного мита», яка була прийнята у березні 2009 р. Ця Постанова передбачала тимчасове встановлення надбавки в розмірі 13 % до чинного тарифу імпортного мита для легкових автомобілів і мала антикризовий протекціоністський характер [3]. Проте введення надбавки виявилось низькоефективним заходом: ціни на імпортні автомобілі в Україні впродовж 2009 р. не зростали, а впровадження цієї норми в 2009 р. призвело до втрат бюджету через різке зменшення обсягів імпорту названих товарів (замість очікуваного збільшення надходжень до бюджету). Крім того, у разі збереження надбавки проти України могли бути застосовані заходи у відповідь із боку країн-членів СОТ.

Розглядаючи політику держави у сфері податкового регулювання галузі, слід зазначити, що переважна більшість податкових пільг

для сектора машинобудування була скасована 2005 р., а пільги, що діяли впродовж періоду кризи, були тимчасовими. Однак деякі податкові пільги, впроваджені в рамках антикризових заходів наприкінці 2008 – на початку 2009 рр., є чинними й наразі.

Зокрема, мова йде про тимчасове звільнення (до 1 січня 2019 р.) від оподаткування податком на додану вартість операцій із імпорту техніки, обладнання, устаткування, що використовуються у галузі розвитку альтернативних видів енергії. Також від оподаткування ввізним митом звільнюються устаткування та комплектуючі, що використовуються для виробництва устаткування, яке працює на нетрадиційних і поновлюваних джерелах енергії, що виробляє альтернативні види палива, а також для енергозберігаючого обладнання і виробів (за умови якщо ідентичні товари з аналогічними якісними показниками не виробляються в Україні).

Додатково низку пільг до 2015–2016 рр. для літакобудівної та космічної галузі було передбачено при ухваленні Закону про Державний бюджет на 2014 р. Серед основних пільг слід назвати звільнення від сплати ПДВ і ввізного мита для деяких визначених товарів і від плати за землю.

При цьому всі підприємства постають перед труднощами, пов'язаними з поверненням ПДВ при експорті, а також із процедурами оподаткування. Часто машинобудівна продукція має тривалий виробничий цикл, протягом якого підприємство не отримує доходів, а несе тільки витрати і, відповідно, показує збитки. Деякі підприємства, особливо ті, що розташовані на території великих міст і займають великі ділянки, несуть тягар збільшення сум податку на землю. Багато проблем виникають через процедури сертифікації продукції, дотриманням міжнародних стандартів і правил.

Велику кількість бар'єрів при веденні бізнесу змушені долати машинобудівні підприємства, що залишаються в державній власності. Здебільшого вони пов'язані з обмеженнями у прийнятті операційних та інвестиційних рішень, бюрократичними процедурами контролю та звітності, відсутністю мотивації менеджерів тощо [4, с. 129].

Однак основною проблемою залишається відсутність у держави стратегічного бачення розвитку економіки та машинобудівного сектора зокрема. Сьогодні більшість програмних заходів із боку держави мають надто загальний характер і не можуть бути реалізовані через низьку якість державного управління та брак державних коштів. Зокрема гостро не вистачає обігових коштів на фінансування інвестиційних проектів на підприємствах авіабудування, оборонно-промислового комплексу, машинобудування.

Отже, український сектор машинобудування ще перебуває в стадії трансформації та зламу успадкованих ще з часів СРСР структур і схем діяльності. Присутність держави та її вплив на ринок усе ще дуже відчутні в секторі машинобудування, що можна оцінити негативно, зважаючи на якість і ефективність державного управління.

Міжнародна торгівля, вочевидь, відіграє важливу роль в економічному житті України та у підвищенні рівня життя її населення. Зважаючи на відкритість країни, експортно-орієнтовані галузі є одним із значущих джерел доходу громадян, а імпорт забезпечує кращий доступ до нових технологій, нових медичних препаратів, нових продуктів тощо.

На сьогодні у країні сформовано досить ліберальний торговельний режим, зважаючи на рівень ввізних мит. До того ж, із ключовими торговельними партнерами Україна або вже уклала, або веде переговори про створення зони вільної торгівлі, що дозволяє говорити про потенційно безмитну торгівлю.

Відповідно, сьогодні на перший план виступають питання допомоги в інтересах торгівлі, які спрямовані на виконання складніших завдань внутрішнього реформування і зниження нетарифних обмежень.

Торговельна політика України повинна бути спрямована на забезпечення ефективної участі в міжнародній торговельній системі, що базується на правилах, які сформувалися сьогодні у світі, та максимально ефективного використання можливостей, що створюються вільним рухом ресурсів за часів глобалізації.

Ефективність торговельної політики залежить від конкретного стану макроекономіч-

ного, соціального та політичного середовища. В свою чергу, відповідні зміни середовища також вимагають змінити конфігурацію торговельної політики та стратегії.

Найважливішими вихідними передумовами формування торговельної політики та водночас викликами для України є:

- забезпечення стабільного макроекономічного середовища;
- створення сприятливого середовища для бізнесу;
- розвиток і модернізація м'якої та фізичної інфраструктури;
- удосконалення діяльності ринкових інститутів;
- розвиток спроможності брати участь у міжнародних торговельних переговорах і впливати на зміни механізму функціонування світової торговельної системи;
- спроможність приватного сектора виробляти конкурентоспроможні товари та послуги, причому дотримання відповідних стандартів і вимог слід розглядати як важливий інструмент посилення позицій на традиційних ринках і виходу на нові ринки;
- політика в галузі конкуренції;
- розвиток освіти та науки;
- ефективність ринку праці та захисту навколишнього середовища, які пов'язані з торгівлею;
- використання інформаційно-комунікаційних технологій у бізнесі та державному управлінні;
- участь у регіональному економічному співробітництві;
- вплив глобалізації на внутрішні соціально-економічні процеси тощо.

Вироблення торговельної політики має стати ефективним процесом, який складається з чотирьох компонентів: ситуаційного аналізу, спрямованого на ідентифікацію обмежень і можливостей; формулювання стратегії та визначення інструментів її реалізації; процесу практичної реалізації прийнятих рішень; моніторингу та оцінювання, які мають здійснюватись на регулярній основі [5]. Отже, ефективність процесу торговельної політики визначається як ефективністю кожного його компонента, так і якістю зв'язку між ними. Саме

ці міркування покладені в основу відповідних пропозицій щодо торговельної політики.

Слід також зазначити, що багато заходів, необхідність яких визначена міжнародними зобов'язаннями України, які впливають із членства в СОТ, угод і домовленостей із Євросоюзом тощо, повністю відповідають логіці та змісту концепції «допомоги в інтересах торгівлі» (Aid for Trade). До того ж, в Україні вже реалізована та реалізується низка проектів технічної допомоги у сфері торгівлі та торговельної політики і пов'язаних з ними

секторах [6]. Тому запропонована матриця містить лише найважливіші пропозиції щодо сприяння розвитку торгівлі та посилення ефективності торговельної політики, які доповнюють або уточнюють відповідні наміри та плани.

Питома вага Запорізької області за чисельністю постійного населення зменшилася на 0,1 % при зростанні у 2012 р., порівняно з 2011 р., на 0,9 % і на 0,7 %, порівняно з 2010 р., але зниженні на 0,3 %, порівняно з 2005 р., та на 1,9 %, порівняно з 2000 р. (табл. 1).

Таблиця 1

Питома вага Запорізької області в Україні за 2005–2012 рр. [7, с. 20–21], %

| Показник | Рік | | | | |
|--|------|------|------|------|------|
| | 2005 | 2009 | 2010 | 2011 | 2012 |
| Територія | 4,5 | 4,5 | 4,5 | 4,5 | 4,5 |
| Чисельність постійного населення (на кінець року) | 4,0 | 4,0 | 3,9 | 3,9 | 3,9 |
| Промисловість | | | | | |
| Обсяг промислової продукції | 7,3 | 6,6 | 6,3 | 6,1 | 7,0 |
| Дроти та кабелі електричні низьковольтні на напругу до 1000 В | 4,8 | 9,2 | 9,6 | 8,7 | 10,6 |
| Дроти та кабелі електричні високовольтні на напругу понад 1000 В | 23,3 | 70,6 | 40,3 | 43,8 | – |
| Автомобілі легкові | 46,9 | 55,0 | 46,3 | 57,3 | 55,2 |
| Автомобілі вантажні | 47,9 | 75,1 | 58,3 | 28,4 | 24,6 |
| Електроенергія | 26,0 | 28,6 | 26,9 | 25,3 | 25,0 |

При цьому питома вага виробництва легкових автомобілів є дуже значною і 2012 р. становила 55,2 %, що більше на 9,1 %, ніж 2010 р., але менше на 1,9 %, ніж 2011 р.

Питома вага валового регіонального продукту Запорізької області 2011 р. становила 3,8 %, що є досить хорошим показником порівнянно з іншими регіонами України.

Виробництво промислової продукції в Запорізькій області 2011 р. зросло на 6 % проти 2010 р., і на 8 % проти 2009 р., але 2012 р. проти 2011 р. випуск промислової продукції знизився на 3,0 %.

Упродовж 2012 р. спостерігалось також зниження показників виробництва продукції промислових підприємств проти 2011 р. (табл. 2), тоді як упродовж 2011 і 2010 рр. виробництво продукції промислових підпри-

ємств зросло відповідно на 6,3 і 7,8 %. 2005 р. спостерігалось зростання всіх соціально-економічних показників розвитку Запорізької області, але потрібно відмітити негативну тенденцію – випереджаюче зростання споживчих цін.

2012 р. у Запорізькій області спостерігалось зниження виробництва електричних трансформаторів (табл. 3).

Більше ніж удвічі знизилось виробництво реакторів електричних, котушок індуктивності та перетворювачів статичних електричних, пристроїв керування електричних комплектних низьковольтних; знизилось майже вдвічі виробництво апаратури електричної низьковольтної. У значній мірі знизилася і кількість вироблених легкових і вантажних автомобілів.

Таблиця 2

**Індекси соціально-економічних показників розвитку Запорізької області
упродовж 2005–2012 рр., % до попереднього року [5, с. 18]**

| Показник | Рік | | | | |
|--|-------|-------|-------|-------|-------------------|
| | 2005 | 2009 | 2010 | 2011 | 2012 |
| Продукція промисловості | 103,7 | 69,3 | 107,8 | 106,3 | 96,8 |
| Продукція сільського господарства | 105,9 | 88,1 | 102,1 | 114,3 | 80,8 ² |
| Індекс споживчих цін (грудень до грудня попереднього року) | | | | | |
| по Україні | 110,3 | 112,3 | 109,1 | 104,6 | 99,8 |
| по області | 111,9 | 113,0 | 109,7 | 104,6 | 99,3 |
| Експорт товарів та послуг | 110,9 | 51,9 | 117,0 | 130,2 | 97,5 ² |
| Імпорт товарів та послуг | 137,9 | 33,1 | 115,5 | 160,8 | 88,8 ² |

Таблиця 3

**Виробництво основних видів промислової продукції у Запорізькій області
протягом 2005–2012 рр. [8, с. 34]**

| Показник | Рік | | | | |
|--|-------|-------|-------|--------|--------|
| | 2005 | 2009 | 2010 | 2011 | 2012 |
| Трансформатори електричні, шт. | 46884 | 20251 | 29093 | 34727 | 23769 |
| Реактори електричні, котушки індуктивності та перетворювачі статичні електричні, шт. | 9510 | 5293 | 4975 | 6636 | 3243 |
| Апаратура електрична високовольтна, шт. | 62257 | 79085 | 94490 | 168166 | 170331 |
| Апаратура електрична низьковольтна, тис. шт. | 807,9 | 534,5 | 500,1 | 793,6 | 422,6 |
| Пристрої керування електричні комплектні низьковольтні, шт. | 5669 | 4722 | 3586 | 4262 | 2078 |
| Дріт ізольований обмотувальний, т | 5036 | 6975 | – | – | – |
| Дроти та кабелі електричні низьковольтні на напругу до 1000 В, км | 22921 | 35208 | 49129 | 57205 | 53858 |
| Дроти та кабелі електричні на напругу більше 1000 В, км | 4932 | 7127 | 3670 | 5163 | – |
| Автомобілі легкові, шт. | 90029 | 36141 | 34873 | 55879 | 38477 |
| Автомобілі вантажні, шт. | 6710 | 1878 | 2855 | 910 | 721 |

Індекси промислової продукції у Запорізькій області за видами економічної діяльності протягом 2009 та 2012 рр. знижувались, тоді як з 2000 по 2011 рр. – зростали, що свідчить про проблеми на промислових підприємствах.

Аналогічна ситуація спостерігається і на підприємствах машинобудівної галузі, що підтверджує загостреність кризи на цих підприємствах: падіння обсягу виробництва на підприємствах машинобудування 2009 р. становило 36,0 %, а 2012 р. – 3,5 %, що більше ніж по всій промисловості (табл. 4).

У Запорізькій області обсяги промислової продукції 2012 р. знизилися проти 2011 і 2010 рр.

Саме значне зниження обсягів виробництва промислової продукції, а також продукції підприємств машинобудування потрібно впровадити інновації в їх діяльність. 2011 р. значно зросла кількість підприємств Запорізької області, які займалися інноваційною діяльністю (табл. 5). Разом із тим 2012 р. кількість таких підприємств зменшилась у порівнянні з попередніми роками, а обсяги реалізованої ін-

новаційної продукції 2012 р. значно знизилася, що призвело і до зниження питомої ваги реалізованої інноваційної продукції у загальному обсязі реалізованої промислової продукції до 2,2 %.

Інновації на промислових підприємствах Запорізької області упроваджуються здебільшого за рахунок нових видів продукції, освоєння яких зросло 2012 р. майже вдвічі проти 2011 р. і попередніх років (табл. 6).

Таблиця 4

Індекси промислової продукції за видами економічної діяльності у Запорізькій області за 2005–2012 рр., % до попереднього року [5, с. 33]

| Показник | Рік | | | | |
|--|-------|------|-------|-------|------|
| | 2005 | 2009 | 2010 | 2011 | 2012 |
| Промисловість | 103,7 | 69,3 | 107,8 | 106,3 | 96,8 |
| Добувна промисловість | 104,8 | 82,3 | 106,6 | 113,7 | 99,5 |
| Переробна промисловість, у тому числі | 105,2 | 64,0 | 108,9 | 108,4 | 96,1 |
| машинобудування | 107,5 | 48,1 | 108,2 | 114,2 | 96,5 |
| Виробництво та розподілення електроенергії, газу та води | 93,7 | 94,1 | 104,1 | 97,2 | 99,6 |

Таблиця 5

Інноваційна діяльність промислових підприємств Запорізької області продовжу 2005–2012 рр. [5, с. 126]

| Показник | Рік | | | | |
|---|--------|--------|--------|--------|--------|
| | 2005 | 2009 | 2010 | 2011 | 2012 |
| Кількість промислових підприємств, що займалися інноваційною діяльністю, од. | 37 | 31 | 22 | 116 | 115 |
| Питома вага інноваційно активних підприємств у загальній кількості промислових підприємств, % | 9,8 | 7,0 | 5,3 | 27,6 | 29,8 |
| Обсяги реалізованої інноваційної продукції (робіт, послуг), млн грн | 3201,5 | 2144,9 | 1979,0 | 2490,3 | 1671,6 |
| Питома вага реалізованої інноваційної продукції у загальному обсязі реалізованої промислової продукції, % | 9,5 | 4,3 | 3,1 | 3,2 | 2,2 |

Таблиця 6

Упровадження інновацій на промислових підприємствах Запорізької області протягом 2005–2012 рр. [5, с. 126]

| Вид інновацій | Рік | | | | |
|---|------|------|------|------|------|
| | 2005 | 2009 | 2010 | 2011 | 2012 |
| Упроваджено нових технологічних процесів, у тому числі | 351 | 134 | 170 | 509 | 114 |
| маловідходних, ресурсозберігаючих і безвідходних | 93 | 33 | 21 | 52 | 40 |
| Освоєно виробництво нових видів інноваційної продукції, найменувань, із них | 86 | 132 | 114 | 619 | 446 |
| нових видів техніки | 58 | 69 | 48 | 97 | 156 |

2012 р. проти 2011 р. спостерігалось зниження впровадження нових технологічних процесів, у тому числі маловідходних, ресурсозберігаючих і безвідходних процесів. Зни-

зилася також кількість інноваційно активних підприємств, а також обсяг реалізованої інноваційної продукції (табл. 7).

Таблиця 7

Інноваційна діяльність підприємств за видами промислової діяльності в Запорізькій області за 2012 р. [5, с. 128]

| Вид промислової діяльності | Кількість інноваційно активних підприємств | | Обсяг реалізованої інноваційної продукції | |
|--|--|--|---|---|
| | усього | у відсотках до загальної кількості промислових підприємств | усього, млн грн | у відсотках до загального обсягу реалізованої промислової продукції |
| Промисловість | 115 | 29,8 | 1671,6 | 2,2 |
| Добувна промисловість | 2 | 14,3 | – | – |
| добування корисних копалин, крім паливно-енергетичних | 2 | 14,3 | – | – |
| Переробна промисловість | 97 | 29,3 | 1671,6 | 3,1 |
| у тому числі | | | | |
| - машинобудування | 35 | 31,8 | 1060,2 | 6,2 |
| - виробництво машин та устаткування | 12 | 21,1 | 49,4 | 5,0 |
| - виробництво електричного, електронного та оптичного устаткування | 16 | 45,7 | 850,2 | 14,8 |
| - виробництво транспортних засобів та устаткування | 7 | 38,9 | 160,6 | 1,5 |
| Виробництво та розподілення електроенергії, газу та води | 16 | 39,0 | – | – |

З табл. 7 видно, що 2012 р. у Запорізькій області на підприємствах машинобудування питома вага інноваційно активних підприємств становила 31,8 % при питомій вазі інноваційної продукції 56,2 %.

Відтак, українським підприємствам доводиться адаптуватися до нових умов і шукати нових постачальників, виробити яких не завжди технологічно підходять для продукції, що виробляється в Україні, а кошти для масового технологічного оновлення недоступні в потрібних обсягах. При цьому позитивно можна оцінити той факт, що людський ресурс було втрачено не повністю, внаслідок чого деякі інновації розробляються і подекуди впроваджуються. Разом із тим брак фінансових ресурсів негативно впливає на можливість масового

доступу українських фахівців до нових розробок.

ЛІТЕРАТУРА

1. Польова Н. М. Потенціал інноваційної діяльності машинобудівних підприємств: критерії та методичні підходи / Н. М. Польова // Інвестиції: практика та досвід. – 2009. – № 7. – С. 28–30.

Polova N. M. Potentsial innovatsiinoi diialnosti mashynobudivnykh pidprijemstv: kryterii ta metodychni pidkhody / N. M. Polova // Investytsii: praktyka ta dosvid. – 2009. – № 7. – S. 28–30.

2. Бураковський І. Вплив торговельної політики на людський розвиток / Ігор Бураковський, Вероніка Мовчан. – Київ : Аналітично-дорадчий центр Блакитної стрічки, 2011. – 132 с.
- Burakovskiy I. Vplyv torhovelnoi polityky na liudskiy rozvytok / Ihor Burakovskiy, Veronika Movchan. – Kyiv : Analitychno-doradchuyi tsentr Blakytnoi strichky, 2011. – 132 s.
3. Постанова КБУ «Про визнання такою, що втратила чинність, постанови Кабінету Міністрів України: від 18 берез. 2009 р. № 230 «Про скасування тимчасової надбавки до діючих ставок ввізного мита» : від 12.05.2010 р. № 342 // Урядовий кур'єр. – 2010. – № 87.
- Postanova KBU «Pro vyznannya takoiu, shcho vtratyla chynnist, postanovy Kabinetu Ministriv Ukrainy: vid 18 berez. 2009 r. № 230 «Pro skasuvannya tymchasovoi nadbavky do diiuchykh stavok vviznoho myta» : vid 12.05.2010 r. № 342 // Uriadovyi kur'ier. – 2010. – № 87.
4. Маслак О. І. Особливості впливу інноваційної діяльності на рівень стратегічної стійкості підприємства / О. І. Маслак, І. В. Мовчан // Наука й економіка. – 2011. – № 4 (24). – С. 128–131.
- Maslak O. I. Osoblyvosti vplyvu innovatsiinoi diialnosti na riven stratehichnoi stiikosti pidpriemstva / O. I. Maslak, I. V. Movchan // Nauka i ekonomika. – 2011. – № 4 (24). – S. 128–131.
5. Захаркіна Л. С. Стратегічне планування в системі управління інноваційним розвитком машинобудівних підприємств : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук : спец. 08.00.04 «Економіка та управління підприємствами» / Л. С. Захаркіна. – Суми, 2011. – 20 с.
- Zakharkina L. S. Stratehichne planuvannya v systemi upravlinnia innovatsiinym rozvytkom mashynobudivnykh pidpriemstv : avtoref. dys. na zdobuttia nauk. stupenia kand. ekon. nauk : spets. 08.00.04 «Ekonomika ta upravlinnia pidpriemstvamy» / L. S. Zakharkina. – Sumy, 2011. – 20 s.
6. Ключ Ю. І. Розробка підходу до комплексної оцінки економічної стійкості машинобудівного підприємства [Електронний ресурс] / Ключ Ю. І. // Вісник Східноукраїнського національного університету імені Володимира Даля. – 2010. – № 11 (153), ч. 1. – Режим доступу: http://archive.nbuv.gov.ua/portal/soc_gum/vsunu/2010_11_1/Kljus.pdf. – Назва з екрана.
- Klius Yu. I. Rozrobka pidkhodu do kompleksnoi otsinky ekonomichnoi stiikosti mashynobudivnoho pidpriemstva [Elektronnyi resurs] / Klius Yu. I. // Visnyk Skhidnoukrainskoho natsionalnoho universytetu imeni Volodymyra Dalia. – 2010. – № 11 (153), ch. 1. – Rezhym dostupu: http://archive.nbuv.gov.ua/portal/soc_gum/vsunu/2010_11_1/Kljus.pdf. – Nazva z ekrana.
7. Запорізька область у цифрах – 2012: Короткий стат. зб. / за ред. Головешка В. П. ; відп. за вип. Песочина Г. Ф. – Запоріжжя : Голов. упр. статистики у Запоріз. обл., 2013. – 213 с.
- Zaporizka oblast u tsyfrakh – 2012: Korotkyi stat. zb. / za red. Holoveshka V. P. ; vidp. za vyp. Pesochyna H. F. – Zaporizhzhia : Holov. upr. statystyky u Zaporiz. obl., 2013. – 213 s.
8. Запорізька область у цифрах – 2009: Короткий стат. зб. / за ред. Головешка В. П. ; відп. за вип. Песочина Г. Ф. – Запоріжжя : Голов. упр. статистики у Запоріз. обл., 2010. – 209 с.
- Zaporizka oblast u tsyfrakh – 2009: Korotkyi stat. zb. / za red. Holoveshka V. P. ; vidp. za vyp. Pesochyna H. F. – Zaporizhzhia : Holov. upr. statystyky u Zaporiz. obl., 2010. – 209 s.

Н. Г. Сейсебаєва, кандидат экономических наук (Запорожский национальный университет). **Тенденции развития отрасли машиностроения на современном этапе.**

Аннотация. В статье установлено, что возобновление экономического роста в Украине и странах СНГ обусловило возобновление, а потом и рост производства продукции машиностроения в 2000-х гг. Определено, что ее способность конкурировать на мировых рынках была значительно ослаблена, хотя сохранились старые технологические приобретения и человеческий капитал в отдельных отраслях. Доказано, что речь идет преимущественно о предприятиях военно-промышленного комплекса, которые еще могут позволить Украине занять ниши в определенных сегментах мирового рынка. Доказано, что металл и энергетические ресурсы являются основными материальными составляющими себестоимости продукции машиностроения, поэтому в течение длительного периода Украина хранила высокое конкурентное преимущество в процессе их производства, связанное с наличием развитого сектора металлургии и доступом к дешевой энергии. Однако с развитием рыночных отношений в переходных экономиках она частично ее потеряла, поскольку цена энергоносителей, поставщиком которых преимущественно была Россия, стремительно выросла во второй половине 2000-х гг., равно как и цена металла, который активно экспортируется. Доказано, что для производства очень многих видов продукции нужные компоненты, которые производят в странах бывшего СССР, которые так же пережили экономическое падение в 1990-х гг., а потому не всегда смогли сохранить производства и технологии.

Ключевые слова: конкуренция, качество, цена, сегмент мирового рынка, развитие, тенденции, развитие, сегмент, производство продукции машиностроения, доходы, расходы, убытки.

N. Seysebaeva, Cand. Econ. Sci. (Zaporozhya National University). **Modern machinebuilding industry's delopment trends.**

Annotation. It's defined that economic growth recovery in Ukraine and CIS countries was caused by the recovery and further machine-building production raise in 2000s. It is specified that the ability to compete in the world markets was weaken, though there were preserved technological reserves and human capital in peculiar industries. It is proved that it is going mostly about military enterprises able to compete in the segments of the world market. It is proved that metal and energy resources are the main tangible elements of the machine-building production cost value. During a long period of time Ukraine saved a high competitive advantage in their production related to the developed metals industry and access to the cheap energy. Nevertheless because of the market relations` during the transition period implementation Ukraine has partially lost them, as resources prices purchased from Russia grew quickly in the second part of 2000s. The same tendencies characterize metal prices, which is intensively exported. It is proved that the production of the most types of goods needs components manufactured in the former USSR countries, which also were in the stagnation of 1990s, and did not save all production processes and technologies.

Keywords: competition, quality, price, world market segment, development, tendencies, segment, machine-building production, returns, costs, losses.

РОЛЬ ПРИВАТНО-ДЕРЖАВНОГО ПАРТНЕРСТВА В ІНТЕГРАЦІЇ ТА ТРАНСНАЦІОНАЛІЗАЦІЇ ЕКОНОМІЧНИХ СИСТЕМ

Н. А. ЄМЕЛЬЯНОВА

(Донецький національний університет)

Анотація. Мета статті – визначити природу та суть приватно-державного партнерства, що створює передумови для прискорення створення нових і розвитку існуючих інститутів, як основи модернізації економіки. Автором обґрунтована корисність для держави і бізнесу застосування цього виду партнерства та проведена систематизація основних принципів приватно-державного партнерства.

Ключові слова: партнерство, держава, приватний сектор, економіка, управління.

На сьогодні популярним стає підхід до корпоративного управління, заснований на принципах відкритості, публічності та розпорошеності володіння, що, в свою чергу, відповідають принципам КСВ і утворюють міст між КСВ і корпоративним управлінням. Враховуючи вищезазначені принципи, деякі експерти вважають, що на просторах СНД поки існують так звані «недокорпорації», у яких немає наявності всіх принципів, але вони знаходяться на шляху до їх упровадження. Проте Україна усвідомлює свої проблеми з корпоративним управлінням і визначає цю тему як пріоритет у відносинах із Європейським Союзом.

Ряд робіт українських і російських учених-економістів зробили вагомий внесок у дослідження сучасних тенденцій і закономірностей процесів глобальної інтеграції і транснаціоналізації економічних систем. Найбільш значні роботи із цієї проблематики належать таким ученим, як О. Білорус [1], В. Будкін, І. Бураковський, А. Голіков, Б. Губський, М. Дудченко, Ю. Козак, В. Коллонтай, Є. Кочетов, Д. Лук'яненко, Ю. Макогон [4], М. Максимова, О. Михайлушкін, В. Могилевський, О. Мовсесян, В. Новицький, Т. Орехова [7] та ін.

Незважаючи на велику кількість робіт як зарубіжних, так і вітчизняних учених із досліджуваної проблематики, слід відзначити, що питання механізмів реалізації приватно-дер-

жавного партнерства потрібно системно дослідити, що зумовило вибір теми дослідження.

Історія використання механізмів почалася досить давно. У XVIII–XIX ст. такі види діяльності, як вуличне освітлення, розподіл електроенергії, телеграфне і телефонне обслуговування, залізничне сполучення і міський електротранспорт у багатьох країнах були передані приватним компаніям, що отримали відповідні ліцензії або концесії. Спостерігалось активне будівництво приватним бізнесом доріг і каналів. Швидко розвивалося міжнародне проектне фінансування.

Упродовж двадцятого століття у світі спостерігалось зниження інтересу до участі приватного сектора в інфраструктурі, навіть, навпаки, у багатьох країнах спостерігалися процеси націоналізації приватних інфраструктурних компаній. В цей час в конституціях цілої низки країн з'явилися положення про те, що певні види інфраструктурних об'єктів можуть знаходитися виключно в державній власності.

Державно-приватне партнерство – економічна категорія, що інтенсивно розвивається, не лише в Україні, яка зовсім нещодавно включилася в процес реалізації проектів на основі *партнерства*, але і в тих країнах світу, в яких це явище має давню і позитивну історію. Саме з цим пов'язане те, що до теперішнього часу терміну «державно-приватне партнерство»

не має сталого єдиного визначення і в різних країнах має різне тлумачення.

Хотілося б навести ще декілька визначень ДПП, сформульованих в науковому середовищі. Згідно з Б. Вайсом, державно-приватне партнерство є напівприватизацією, тобто укладенням угод, відповідно до яких істотно зростає участь приватних компаній у фінансуванні, проектуванні, будівництві, володінні й експлуатації державних підприємств [1, с. 31]. Відповідно до М. В. Вілісова [4, с. 24], – це правовий механізм узгодження інтересів і забезпечення рівноправності держави і бізнесу у рамках реалізації економічних проектів, спрямованих на досягнення цілей державного управління, а за В. Г. Варнавским, інституціональний і організаційний альянс між державою і бізнесом із метою реалізації національних і міжнародних, масштабних і локальних, але завжди суспільно значимих проектів у широкому спектрі сфер діяльності: від розвитку стратегічно важливих галузей промисловості і науково-дослідних праць до забезпечення державних послуг [2, с. 18]. ДПП визначається також «як інститут, сукупність норм і правил, що регулюють спільну діяльність держави і бізнесу».

На наш погляд, найадекватніше відбиває суть цього явища визначення Економічної комісії ООН у Європі, відповідно до якого державно-приватне партнерство є контрактною угодою між державним і приватним секторами в наданні державних послуг і розвитку інфраструктури, припускаючи об'єднання усього найкращого, що є в цих секторах: ресурсів приватного сектора і його кваліфікаційного потенціалу, а також потенціалу державного сектора в економічному регулюванні та захисті державних інтересів.

Оскільки світ досі не визначився з єдиним терміном для ДПП, актуальним для багатьох країн є відповідь на питання, – які проекти можна зарахувати до категорії державно-приватного партнерства?

Нині не сформувалося єдиного розуміння відносно характеристик, наявність яких дозволяє кваліфікувати проект як ДПП. Бачення різних експертів із цього приводу значно відрізняється. А у багатьох країнах, де ДПП робить

тільки перші кроки, «регіональні адміністрації прагнуть записати в ДПП – проекти усі значимі інвестиційні проекти – від будівництва тваринницьких комплексів до створення промислових виробництв», розглядаючи його як партнерство «будь-яка взаємодія бізнесу і влади, яка може позитивно позначитися на соціально-економічному розвитку регіону».

Формування ідеології партнерства взагалі та державно-приватного партнерства зокрема створює передумови для прискорення створення нових і розвитку існуючих інститутів, як основи модернізації економіки. Мабуть, що підтримка державою цього напрямку призведе до створення таких інститутів розвитку, як венчурні компанії, банки розвитку, спеціальні економічні зони та технопарки, національні регулятори на ринках природних монополій, програмно-цільова методологія, стабілізаційний фонд, національні проекти. Широке проникнення цієї ідеології в суспільну свідомість дозволить підняти на якісно новий рівень дизайн і реалізацію основних складових модернізації, усунути або, принаймні, пом'якшити існуючі на її шляху перешкоди.

Орієнтованість державної політики на державно-приватне партнерство неминуче призводить і до розвитку інститутів громадянського суспільства. Як великий бізнес, так і держава, починаючи довгострокові інфраструктурні проекти, повинні спиратися на громадянськість у питаннях роботи з населенням для адекватного сприйняття ним тимчасових незручностей і/або збільшення фінансового навантаження, пов'язаного зі здійсненням тих або тих проектів.

Потенціал для розвитку державно-приватного партнерства, особливо в умовах ослаблених економік і обмежених унаслідок фінансово-економічної кризи бюджетів, надзвичайно високий. Використання принципу «value for money» в цих умовах забезпечує ефективне використання засобів платників податків, сприяє застосуванню оптимальних і інноваційних рішень, призводить до поліпшення якості послуг, що надаються суспільству.

Щоб реалізувати цей потенціал, необхідно не лише і не стільки створення відповідної нормативно-правової бази, але і адекватних

у цих питання адміністративних структур і практик, технічні й екологічні експертизи, людські та фінансові ресурси, усього того, що називається інститутами розвитку. І, звичайно ж, потрібна політична й економічна стабільність. Крім того, як правильно відзначають фахівці Міжнародної фінансової корпорації – розвиток державно-приватного партнерства неможливий без зміни світогляду бюрократів.

Форми партнерства держави та приватного сектора розрізняються за видами послуг, що надаються, і товарів, що виробляються, за методами застосування та в правовому режимі. Проте вони підпорядковані ряду загальних принципів, що націлюють на задоволення громадських інтересів. ДПП як система господарювання принципово відрізняється від діяльності приватних комерційних організацій, орієнтованих виключно на отримання прибутку. Автор пропонує до них зараховувати такі:

Принцип рівності інтересів сторін і свободи вибору дій. Цей головний принцип ринкової економіки проявляється в ДПП у декількох аспектах. Він має на увазі, по-перше, рівність усіх економічних агентів у доступі до послуг, що надаються приватними компаніями у сфері громадських послуг, по-друге, рівність усіх приватних компаній у праві укладення контрактів ДПП і, по-третє, свободу партнерів вибирати форми й методи досягнення цілей, що стоять перед партнерством.

Принцип стабільності контракту ДПП і одночасно можливості його зміни й адаптації. Контракт ДПП є складним комплексним документом, розрахованим, як правило, на тривалі терміни реалізації. У ньому прописуються права й обов'язки сторін, форми державної підтримки, мінімальна норма прибутку приватного партнера. Ці та інші аналогічні за змістом положення контракту мають бути стабільні впродовж усього часу його виконання.

Проте існує ряд обставин, через які потрібно змінити контракт. Так, докільця проекту поступово міняється, відповідно може виникати необхідність у доповненні, конкретизації контракту стосовно нових умов.

Принцип відповідальності за виконання умов контракту. Приватна компанія – партнер держави повинна надавати послуги еко-

номічним агентам у повній відповідності з умовами контракту, причому відповідальність за їх виконання вища, ніж при угодах між приватними фірмами, що визначається публічно-правовим характером стосунків ДПП. Приватна компанія не має права призупиняти свою роботу в проектах ДПП, оскільки це позначиться на широкому колі третіх осіб, що є споживачами громадських благ або послуг. Усі наявні проблеми та труднощі приватна компанія повинна вирішувати разом із державою шляхом діалогу в попереджуючому порядку, передбачаючи можливі ризики.

Принцип конкурентності. Він проявляється на стадії проведення конкурсу на підписання з державою контракту ДПП. Конкуренція серед приватних компаній за участь у проекті ДПП дозволяє державі вибрати ефективного партнера і понизити витрати на проект загалом.

Принцип прозорості та зворотного зв'язку. Громадянське суспільство, в інтересах якого реалізуються проекти ДПП, повинне мати доступ до повної інформації про стан підприємства, його фінансові, економічні й інші показники, стандарти та якість наданих послуг. Необхідно забезпечити споживачів інформаційними каналами зв'язку із приватними компаніями та державними органами, що контролюють їх роботу.

Принцип невтручання. Після підписання контракту ДПП держава не має права втручатися в господарсько-адміністративну діяльність приватної компанії – партнера, яка самостійно приймає усі адміністративно-господарські, управлінські, кадрові й інші рішення. Їй на праві власності належать вироблена продукція і отриманий прибуток.

Принцип стимулювання і гарантій. Держава застосовує широку систему стимулів щодо залучення приватних компаній до участі в проектах ДПП: співфінансування, дотації з бюджету, пільговий режим оподаткування, спеціальні митні режими, гарантії щодо прибутковості, позик, постачання, закупівель, зниження розміру (відміна) концесійних платежів, орендної плати тощо. У концепції державно-приватного партнерства гарантії слід розуміти в широкому значенні слова, вони не зводяться тільки до бюджетних.

Принцип відшкодування. У разі припинення дії контракту за ініціативою держави приватному партнерові відшкодовуються зроблені ним інвестиції, і компенсується недоотриманий дохід, крім випадків порушення з його боку умов контракту.

Принцип рівноправного (недискримінаційного) відношення до іноземних компаній, що забезпечує їм рівні права з вітчизняними підприємцями. Цей принцип утілюється в нормах щодо забезпечення недискримінаційного режиму допуску зарубіжних компаній до конкурсів із проектів ДПП, валютного регулювання діяльності партнерів держави, їх права вільного розпорядження чистим прибутком, отриманим на об'єкті ДПП, у тому числі права вивезення чистого прибутку за кордон тощо.

Державно-приватне партнерство має ряд специфічних особливостей і характеристик, зокрема такі:

1. Юридичне оформлення партнерства між державою і учасниками з боку приватного сектора спеціальною угодою (договором, контрактом). Часто держава розробляє і затверджує як нормативний акт прототип такої угоди стосовно окремих галузей або сфер, але при цьому кожен договір є специфічним документом, що має свої особливості й характерні риси.

2. Співфінансування в певних долях або 100-відсоткове фінансування приватним сектором проектів ДПП. Один із головних стимулів держави до розвитку ДПП полягає в залученні в об'єкти державної і муніципальної власності фінансових ресурсів приватного сектора. Це дозволяє понизити навантаження на бюджет і одночасно розширити спектр громадських послуг, що надаються населенню, підвищити їх якість і доступність.

3. Переважно довгострокові контрактні стосунки. Як правило, ДПП орієнтоване на рішення стратегічних завдань розвитку державної і муніципальної власності та надання громадських послуг. І держава, і бізнес зацікавлені вступати саме у довгострокові відносини, що дозволяють їм вибудовувати економічну політику на тривалий період, планувати розвиток, спиратися у своїй діяльності на взаємні довготривалі зобов'язання. Стратегічне партнерство дозволяє успішно використати

ДПП навіть у таких неприбуткових або мало-прибуткових соціальних галузях, як охорону здоров'я і освіту.

4. Розподіл ризиків у проектах між державою і бізнесом. Проектам ДПП характерні різноманіття і високий рівень ризиків, із якими зіштовхуються їх учасники, з огляду на це необхідно організувати складні схеми розподілу, перерозподілу та страхування ризиків.

Хибно оцінені на етапі розробки проекту, вони можуть призводити до серйозних негативних наслідків у процесі його виконання, викликаючи призупинення, реструктуризацію, припинення проекту, судові тяжби й інші негативні явища.

5. Різноманіття форм ДПП. У світі й досі немає загальноприйнятої класифікації форм ДПП. У зарубіжній і вітчизняній практиці спостерігається безліч різновидів, типів і видів партнерств. Критеріями виокремлення до тієї або тієї структурної групи зазвичай є: стосунки власності (володіння, користування, розпорядження), форми участі держави, схеми фінансування і розділення ризиків, а також інші параметри.

6. Інноваційні методи управління сферою виробництва і надання громадських послуг. У рамках проектів ДПП приватний сектор додає у сферу виробництва і надання громадських послуг сучасний організаційний досвід, знання, нові управлінські технології. Користуючись свободою ухвалення адміністративно-господарських рішень, він без бюрократичної тяганини, властивої державній системі управління, оптимізує бізнес-процеси, організаційну структуру, істотно підвищує ефективність ухвалення рішень.

Держава вважає вигідною для себе участь у ДПП, враховуючи такі чинники:

1. Очікування високої ефективності такого партнерства. Рішенню держави про використання механізмів ДПП у наданні послуг завжди передують аналітична робота, покликана обґрунтувати, що ці механізми забезпечать суспільству велику ефективність за рахунок досягнення одного або всього комплексу нижчеперелічених результатів: а) нижчих витрат; б) більш високого рівня послуг; в) зниження ризиків.

2. Нові джерела інвестицій. ДПП дозволяє державі отримати доступ до альтернативних джерел капіталу, роблячи реальним здійснення важливих і термінових проектів, які були б неможливі в інших умовах.

3. Надійність результатів. Надійність отримання позитивного результату забезпечується завдяки своєчасному здійсненню проекту (партнер із приватного сектора зацікавлений закінчити проект якомога швидше, щоб мінімізувати рівень витрат і почати отримувати прибуток), а також прописаному в контракті порядку повернення інвестицій і компенсації поточних витрат (графік і розміри виплат фіксуються перед початком проекту, що захищає інвестора і суспільство від ризиків заниження або завищення вартості послуг).

4. Інновації. Унікальна комбінація можливостей державного та приватного секторів, що виникає в ДПП, і конкурсний процес укладення контракту визначають високий потенціал інноваційних підходів до створення і управління громадською інфраструктурою у рамках ДПП.

Бізнес вважає вигідним для себе участь у ДПП, враховуючи такі чинники:

- приватна компанія отримує в довготривалому володінні і користуванні, державні активи, забезпечуючи стабільне отримання прибутку в довгостроковій перспективі;
- здійснюючи інвестиції, підприємець отримує гарантії їх повернення, оскільки держава як його партнер погоджується на забезпечення взаємоприйнятної рівня рентабельності:
- маючи господарську свободу, приватна компанія може за рахунок підвищення продуктивності праці, нововведень збільшувати загальну прибутковість бізнесу в період терміну дії контракту з державою. А отримувати державні активи в управлінні і нарощувати доходність власного бізнесу – це умова стійкості компанії.

Досвід країн, які впродовж тривалого часу використовують державно-приватне партнерство для розвитку виробничої і соціальної інфраструктури, показує, що успіх і темпи просування цього виду партнерства залежать від ряду фундаментальних обставин, пов'язаних із ефективністю і якістю менеджменту.

Управління ДПП має бути ефективним. Згідно з дослідженнями британських (Partnerships UK) і міжнародних експертів (Всесвітній банк, Європейський банк реконструкції і розвитку (ЄБРР)) використання ДПП, дійсно, забезпечує краще співвідношення ціни та якості («value for money»), надання суспільству послуг вчасно і згідно з контрактом. Рівень задоволеності населення послугами ДПП істотно вищий, ніж у традиційній «державній» системі.

ЛІТЕРАТУРА

1. Білорус О. Г. Глобалізація і національна стратегія України / О. Г. Білорус. – Київ : Батьківщина, 2001. – 301 с.

Bilorus O. H. Hlobalizatsiia i natsionalna stratehiia Ukrainy / O. H. Bilorus. – Kyiv : Batkivshchyna, 2001. – 301 s.
2. Глобалізація і безпека розвитку : монографія / О. Г. Білорус, М. О. Гончаренко, В. А. Зленко та ін. – Київ : КНЕУ, 2001. – 733 с.

Hlobalizatsiia i bezpeka rozvytku : monohrafiia / O. H. Bilorus, M. O. Honcharenko, V. A. Zlenko ta in. – Kyiv : KNEU, 2001. – 733 s.
3. Жовква І. І. Стратегічне партнерство у зовнішній політиці України : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. політ. наук. : спец. 23.00.04 / І. І. Жовква [КНУ ім. Т. Шевченка]. – Київ, 2005. – 18 с.

Zhovkva I. I. Stratehichne partnerstvo u zovnishnii politytsi Ukrainy : avtoref. dys. na zdobuttia nauk. stupenia kand. polit. nauk. : spets. 23.00.04 / I. I. Zhovkva [KNU im. T. Shevchenka]. – Kyiv, 2005. – 18 s.
4. Трансформація світового ринку капіталу в умовах транснаціоналізації : монографія / Ю. В. Макогон, Т. В. Орехова, К. В. Лисенко, М. І. Голубов. – Донецьк : ДонНУ, 2006. – 248 с.

- Transformatsiia svitovoho rynku kapitalu v umovakh trans natsionalizatsii : monohrafiia / Iu. V. Makohon, T. V. Oriekhova, K. V. Lysenko, M. I. Holubov. – Donetsk : DonNU, 2006. – 248 s.
5. Украина: подготовка к очередному рейтингу социально ответственных компаний [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.hrc.com.ua>. – Назва з екрана.
- Україна: podhotovka k ocherednomu reitynhu sotsyalno otvetstvennykh kompanii [Elektronnyi resurs]. – Rezhym dostupu: <http://www.hrc.com.ua>. – Nazva z ekrana.
6. Черних Е. В. Особенности социальной ответственности бизнеса / Е. В. Черных // *Економічний вісник Донбасу*. – 2009. – № 3 (17). – С. 11–16.
- Chernykh E. V. Osobennosti sotsyalnoi otvetstvennosti byznesa / E. V. Chernykh // *Ekonomichnyi visnyk Donbasu*. – 2009. – № 3 (17). – S. 11–16.
7. Орехова Т. В. Методика оцінки потенціалу та мотивації транснаціо-налізації галузей промисловості / Т. В. Орехова // *Проблемы развития внешнеэкономических связей и привлечения иностранных инвестиций: региональный аспект* : сб. науч. тр. – Донецк : ДонНУ, 2008. – С. 983–989.
- Oriekhova T. V. Metodyka otsinky potentsialu ta motyvatsii transnatsio-nalizatsii haluzei promyslovosti / T. V. Oriekhova // *Problemy razvytiya vneshneekonomicheskyykh svyazei y pryvlecheniya ynostrannykh ynvestytsiy: rehyonalnyi aspekt* : sb. nauch. tr. – Donetsk : DonNU, 2008. – S. 983–989.
8. Сараева И. Н. Государство и предпринимательство: проблемы взаимодействия (системно-институционные аспекты) / И. Н. Сараева. – Одесса : Феникс, 2011. – 98 с.
- Saraeva Y. N. Hosudarstvo y predprynimatelstvo: problemy vzaymodeistviya (systemno-nytyutsyonnye aspekty) / Y. N. Saraeva. – Odessa : Fenyks, 2011. – 98 s.
9. Государственная региональная политика в Украине: от деклараций – к региональному развитию [Электронный ресурс] / А. Ткачук [и др.] // *Зеркало недели*. – 2013. – 8 ноября. – Режим доступа : http://gazeta.zn.ua/internal/derzhavna-regionalna-politika-v-ukrayini-ot-deklaraciy-do-regionalnogo-razvitiya_.html. – Назва з екрана.
- Hosudarstvennaia rehyonalnaia polytyka v Ukrayne: ot deklaratsiy – k rehyonalnomu razvytyiu [Elektronnyi resurs] / A. Tkachuk [y dr.] // *Zerkalo nedely*. – 2013. – 8 noiabria. – Rezhym dostupa : http://gazeta.zn.ua/internal/derzhavna-regionalna-politika-v-ukrayini-ot-deklaraciy-do-regionalnogo-razvitiya_.html. – Nazva z ekrana.

Н. А. Емельянова (Донецкий национальный университет). Роль частно-государственного партнерства в интеграции и транснационализации экономических систем.

Аннотация. Цель статьи – определить природу и сущность частно-государственного партнерства, что создает предпосылки для ускорения создания новых и развития существующих институтов, как основы модернизации экономики. Автор обосновывает полезность для государства и бизнеса внедрения данного вида партнерства и проведена систематизация основных принципов частно-государственного партнерства.

Ключевые слова: партнерство, государство, частный сектор, экономика, управление.

N. Emelyanova (Donetsk National University). The role of private-public partnerships in integration and the transnationalization of economic systems.

Summary. *The purpose of this article is to determine the nature and essence of public-private partnership that creates conditions to accelerate the creation of new and development of existing institutions as the basis of modernization of economy. The author substantiates the usefulness to the state and business the use of this type of partnership and systematization of onwona principu public-private partnership.*

Keywords: *partnership, government, private sector; economics, management.*

II. ЕКОНОМІКА, ОРГАНІЗАЦІЯ І УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ

УДК 339.5(477):061

ІННОВАЦІЙНІ МАРКЕТИНГОВІ СТРУКТУРИ ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ УКРАЇНИ

О. С. ТЄЛЄТОВ, доктор економічних наук;
М. В. ПРОВІЗИН
(Сумський державний університет)

Анотація. *Різка соціально-економічна переорієнтація України змушує шукати нові шляхи подальшого розвитку, які можна узагальнити за напрямками маркетингу та інноваційної діяльності. Мета статті – знайти напрями інноваційного соціально-економічного розвитку країни. В умовах поліпшення регіонального розвитку та вдосконалення системи місцевого самоврядування важливо поширювати маркетинг партнерських стосунків в умовах існуючих економічних кластерів, створювати й розширювати мережі технопарків, метою яких є прискорення впровадження науково-дослідних розробок у подальше комерційне виробництво. Соціально-економічна діяльність на державному та регіональному рівнях підприємства повинна мати комплексний інноваційно-маркетинговий ухил, спрямований на вимоги очікування сталого економічного розвитку суспільства вітчизняним споживачем.*

Ключові слова: *маркетинг партнерських стосунків, технопарки, економічні кластери, сталий економічний розвиток, економічний розвиток регіону.*

Зміни в соціально-політичному стані України за останні півтора роки, що прямо чи опосередковано торкнулися багатьох сфер діяльності держави, негативно вплинули на економіку країни. Відомо, що експорт-імпорт України поділявся на три приблизно рівні частини: Російську Федерацію, Європейський Союз та решту. За останні півтора року значно зменшилися обсяги експорту-імпорту з Російською Федерацією. Попри сподівання, почалося відчутне гальмування поставок українських товарів до Євросоюзу внаслідок зменшення на ринках Європи потреб в укра-

їнській продукції. Оскільки торгові стосунки з країнами Азії, Америки, Африки та Австралії відчутно практично не змінилися, потрібні суттєво змінити підходи до стабілізації вітчизняної економіки, яка відійшла від світових тенденцій «...прискорення глобалізації економічних процесів, зміни у світовій економіці, а також підвищення рівня соціальної відповідальності» [1, с. 43].

Питання постійного вдосконалення маркетингу започаткували його класиками Ф. Котлером, Г. Армстронгом [1] та іншими авторами. Основними апологетами маркетингу

партнерських стосунків є Ян Х. Гордон [2], Н. Кемпбел і М. Каннингем [3], Р. Ольсен і Л. Еллрам [4]. Наукові праці класиків світової економічної науки М. Портера, П. Самуельсона, Д. Якобса, вітчизняних В. Базилевича, З. Варналія [5], Н. Каніщенко, С. Мочерного [6] визначають кластерні системи як втілення унікальної комбінації наукових, виробничих і комерційних структур. В Україні та Росії досить вагомий внесок у створення та подальше функціонування подібних інноваційних структур, перш за все технологічних парків, бізнес-інкубаторів, технополісів тощо, де спільно функціонують науково-дослідницькі центри, проектні та виробничі структури, зробили А. Мазур, Г. Маринський [7], В. Семиноженко [8], В. Шукшунов [9].

Метою дослідження є спроба знайти шляхи інноваційного соціально-економічного розвитку країни, визначити умови плідної співпраці між регіонами країни, вдосконалити довгострокові взаємовигідні партнерські стосунки та відносини з державними органами на мезорівні з метою ефективних соціально-економічних зрушень в інтересах усього суспільства.

Вітчизняні підприємства вже мають досвід інноваційної діяльності. Однак це недостатньо відображається на економічному стані країни, оскільки зростання обсягів ВВП практично зупинилося, а експорт країни становить менше ніж дві третини обсягів поставок, досягнутих упродовж 2010–2013 рр. і можливість впливати на експорт за допомогою девальвації гривні вже вичерпано. Окремі вітчизняні товари експортуються до Європи в традиційних обсягах, але європейців цікавить тільки сировина, матеріали та напівфабрикати, а продукція глибокої переробки з високою добавленою вартістю на європейських ринках вже має свого виробника.

Із першого січня 2016 р. завдяки вступу в дію торгової частини Угоди про асоціацію між Україною та ЄС товари останнього також зможуть зі знизеним імпортом митом або взагалі без нього вийти на український ринок, який уже не вдасться ніяк захистити (наприклад, за рахунок акцизного збору вдалося захистити ринок українських міцних спиртних напоїв на вітчизняному ринку, починаючи з 1998 р.). Слід зазначити, що країни Східної Європи, що увійшли до Євросоюзу, хоч і зберегли тради-

ційні експортні статті першого переділу, а значить, і старі ринки збуту, втратили практично всі високотехнологічні галузі.

Отже, на покращання економічного стану України завдяки зміцненню зв'язків між Україною та ЄС найближчим часом сподіватися не варто. На нашу думку, єдиною можливістю є стратегічне партнерство між постачальниками сировини, виробниками, посередниками, споживачами на горизонтальному рівні, а також між районною, обласною та центральною владою, науковими дослідницькими центрами [9] тощо – на вертикальному. Метою стратегічного партнерства різних суб'єктів економічної діяльності є стаке зростання на основі інноваційної промисловості, високоефективного сільського господарства, постійного поліпшення соціальних умов для всебічного розвитку людини, в умовах покращання стану навколишнього середовища. Коли ще 25–30 років тому Україна (якщо б її «економіку» виокремити зі складу економіки СРСР) входила до десятки найбільш розвинених країн світу – тоді застосовувати концепцію сталого розвитку було б набагато легше. Нинішній прем'єр-міністр України пан А. Яценюк визначив стратегічний напрям розвитку нашої держави, спрямований на інформаційні технології та сільське господарство. Безумовно, таке входження України у глобалізований світ не може задовольнити її народ, бо робить із нашої держави сировинний додаток і поле «висмоктування» мізків для економічно розвинутих держав. У таких умовах ні бюджет не наповнити, ні соціально-економічний стан не покращити. Тому вихід полягає у відновленні реального сектора економіки регіонів із забезпеченням рівномірності їх розвитку, акцентуючи увагу не на одержанні надприбутків в окремих галузях, а, навпаки, – на забезпеченні пропорційного розвитку, достатньої кількості робочих місць тощо [10].

Налагодження стратегічного маркетингового партнерства – це не новий, а практично єдиний можливий вихід із економічної кризи в країні. Ян Х. Гордон зазначає [2], що єдиним справжнім й найціннішим активом підприємництва є не верстати чи обладнання, не вироблені товари й навіть не патенти й ноу-хау, а довготривалі взаємовигідні партнерські

стосунки (ДВПС) з клієнтами – необхідної умови сучасного етапу відродження коопераційних стосунків на мікро- та мезорівні. Відомо, що слово «кооперація» трактується як форма довготривалих і стійких зв'язків між самостійними підприємствами (добровільне товариство, що сприяє своїм членам у веденні

господарства, промислу, дрібного виробництва, здійснює посередницькі функції), зайнятими спільним виготовленням певного виду продукції на основі їх спеціалізації. За часів планової економіки така кооперація називалася постійно діючими господарськими зв'язками.



Рис. 1. Моделі взаємовідносин між підприємствами, що формують стратегічне партнерство

Тобто *першою* необхідною умовою покращення сучасного стану вітчизняної економіки є *партнерський маркетинг*, що передбачає постійне вдосконалення інтегрованості процесу розробки, постачання сировини та матеріалів, виробництва, продажу, обслуговування й підтримки споживачів. Моделі взаємовідносин між підприємствами, що формують маркетингове стратегічне партнерство, та блок-схема алгоритму діяльності підприємства-виробника у стратегічному партнерстві подані на рис. 1 та рис. 2.

Другою необхідною умовою є *кластеризація*, заснована на використанні природного, виробничого, наукового, кадрового потенціалу України та забезпеченні поглибленого суспільного поділу праці. Саме в умовах розширення прав регіонів можна підвищити обмін інформацією між підприємствами, об'єднати інноваційні ідеї, матеріальну базу, збільшити рівень інтегрованості підприємств і удосконалити економічні стосунки між ними. Оскільки інтереси між підприємствами тісно перетинаються, в подальшому необхідна плідна співпраця між регіонами країни, вдосконалення стосунків із державними органами на мезорівні для ефективних соціально-економічних зрушень в інтересах усього суспільства. Створення нового типу економічних стосунків між економічними суб'єктами і впровадження інтенсивних форм організації інноваційних процесів має привести до кластеризації існуючих економічних систем.

Процеси економічної кластеризації (*cluster*, з англ., – пучок, група) являють собою закономірний етап об'єктивного розвитку економічних систем. Досить успішне функціонування територіально-галузевих економічних об'єднань, які одержали назву економічних кластерів, на сучасному етапі є необхідною умовою підвищення продуктивності праці основного та допоміжного персоналу суб'єктів економічної діяльності, які в умовах світової економічної кризи, зменшення бюджетів мають поліпшити результативність підприємницької діяльності як на мікро- (рівні окремого підприємства), так і на мезорівні (*μέσος*, з грецької – середній, проміжний), тобто на рівні окремого регіону. Провідні вчені-

економісти визначають кластерні системи як втілення унікальної комбінації наукових, виробничих і комерційних структур, які на основі використання переваг коопераційної взаємодії сприяють формуванню й ефективному використанню реальних конкурентних переваг окремих підприємств, територій, галузей, національних економік в умовах глобалізації світових економічних процесів і посилення світового конкурентного протистояння.

Необхідність застосування на регіональному рівні економічних кластерів формується в процесі поглиблення суспільного поділу праці та розвитку складних форм коопераційної взаємодії, що викликають можливість створення обґрунтованих стратегій формування відповідних науково-виробничих, науково-сільськогосподарських тощо об'єднань й відповідно до цього подальший розвиток нового типу ринкових стосунків. Розробка цих стратегій на основі проведення постійних маркетингових досліджень тенденцій економічного розвитку на світовому, національному та регіональному рівнях стає важливою умовою зміцнення національної економіки України. Можна погодитись із вітчизняними вченими, що навіть за наявності концепції економічної кластеризації на національному рівні цілісного дослідження проблем економічної кластеризації на регіональному рівні практично не існує, а роль економічних суб'єктів у посиленні конкурентних позицій на ринку ще практично не підтверджена.

Першоджерелами кластерного підходу у вітчизняній економіці можна вважати створені впродовж 1970–1980 рр., науково-виробничі й виробничі об'єднання, та перша спроба створити так звані технопарки в 1990–2000 рр. [7], тобто інтеграційні організаційно-управлінські утворення наукових центрів, університетів, наукових установ тощо із підприємствами та фірмами-виробниками, внаслідок чого виникають нові організаційні форми, що забезпечують розвиток інноваційної діяльності.

Перелічимо основні з них: *регіональні науково-промислові комплекси* – сукупність самостійних організацій з науково-виробничого циклу створення, основними складовими якого є науково-дослідний центр із його

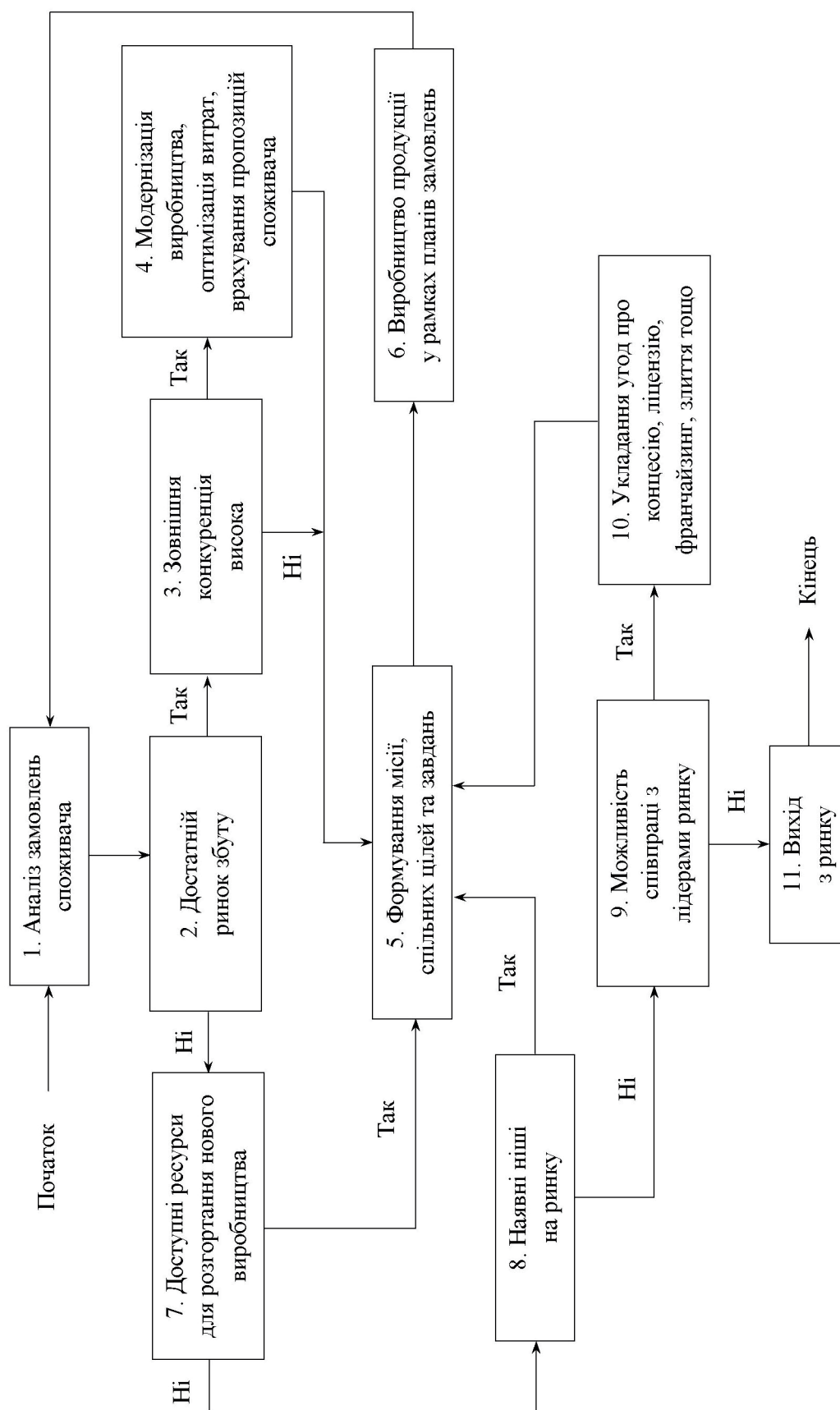


Рис. 2. Блок-схема алгоритму діяльності підприємства-виробника у стратегічному партнерстві

кадровим і науковим потенціалом (самостійний вищий навчальний заклад, державний науково-дослідний інститут, лабораторія державного або приватного сектора та ін.), промислові підприємства, фірми, установи, що перетворюють науковий потенціал дослідницького центру в ринкову продукцію, адміністративно-управлінська структура, що забезпечує функціонування всього комплексу як єдиного цілого (профільне управління обласної державної адміністрації, регіону, потужна регіональна компанія тощо), установи інфраструктури підтримки (транспортні, побутові, спеціалізовані комунальні утворення); *технополіси* – спеціально створений науково-виробничий комплекс, який охоплює весь цикл інноваційних робіт, має розвинуту інфраструктуру сфери обслуговування, що охоплює територію окремого міста, тобто міста, в економіці якого головну роль відіграють дослідницькі центри, що розробляють нові технології й виробництва, які ці технології використовують (свого часу м. Суми з науково-дослідними інститутами насосно-компресорного машинобудування

та потужними підприємствами-виробниками мало можливість створити таку структуру); *науково-технологічні парки* – науково-виробничий (здебільшого територіальний) комплекс, що містить дослідницький центр із компактною виробничою зоною, в якій на умовах оренди можуть розташовуватись і малі наукоємні фірми (на сьогодні ще можливо створити подібний парк на базі колишнього Сумського заводу електронних мікроскопів, де на початку 1990-х рр. дрібносерійне виробництво мало ще й необхідність адаптації складних електронних приладів до вимог конкретних споживачів; *бізнес-інкубатори (інноваційні центри)* – організації, які створюють місцеві органи влади або великі компанії з метою «вирощування» нових видів бізнесу [11]. Завданням інкубатора є надання можливості знов створеній фірмі за 2–5 років «стати на ноги», фінансово та технічно зміцнити та знайти своє місце на відповідному ринку. Внаслідок цього одні успішні фірми поступово розширюються і знаходять основне місце виробництва продукції за межами інкубатора, інші – фірми-невда-

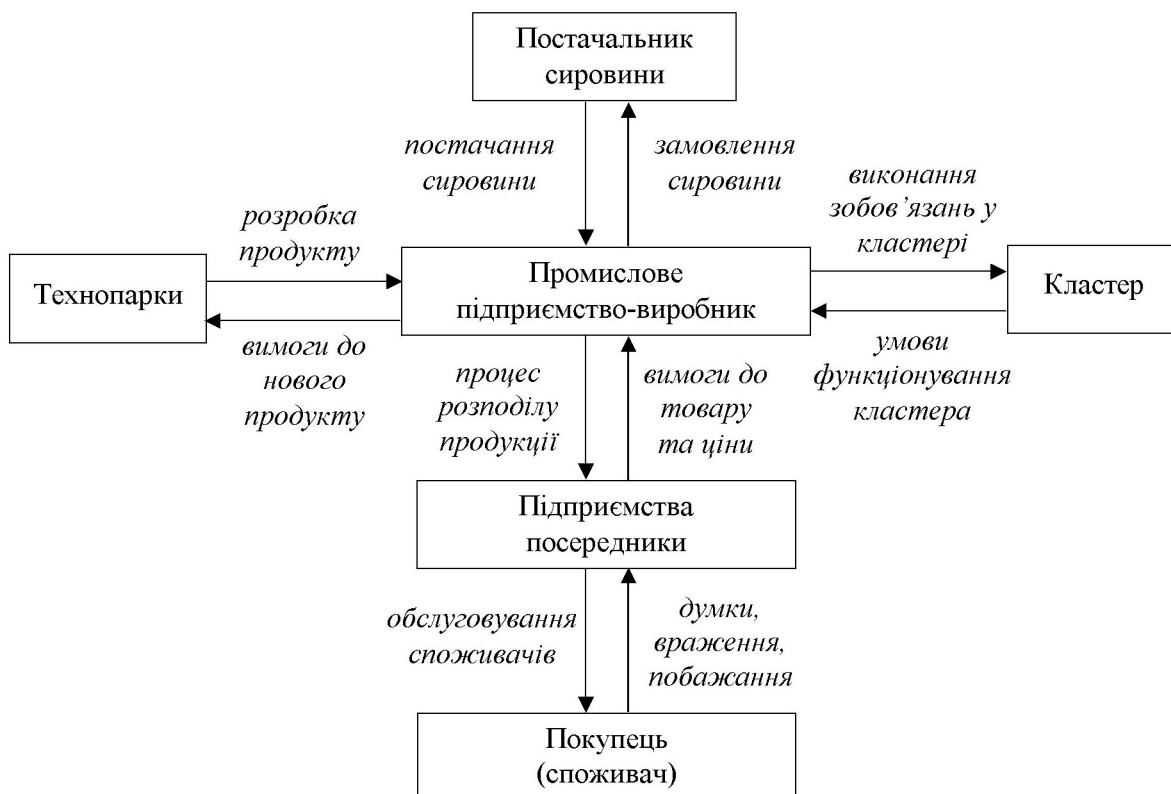


Рис. 3. Інформаційні та матеріальні потоки промислового підприємства

хи змушені «вибути із гри», тобто залишити інкубатор. Отже, формуються кластери рівня інноваційної активності підприємств і технопарків (рис. 3) за регіональними та галузевими ознаками, що дасть підґрунтя для формування відповідного переліку підприємств [12].

Отже, *третьою умовою є необхідність функціонування технопарку* – посередника між науково-дослідницькими центрами та промисловими підприємствами, що оптимально поєднує потік нових розробок з попиту ринку і забезпеченням ресурсів з боку підприємства. Діяльність технопарку передбачає розробку та впровадження інновацій на відповідних виробництвах, формує систему показників їх відбору, що відповідатимуть місії підприємства та його стратегічного розвитку, тобто ті самі патенти та ноу-хау, що ідуть слідом за результатами маркетингових досліджень (рис. 4).

Усі ці інноваційні структури дозволяють в умовах недостатнього державного фінансування застосовувати механізми цільового використання частини засобів, одержаних при використанні інноваційних проектів, для розвитку регіональних науково-виробничих баз за рахунок реінвестування, що дозволить зберегти науково-технологічний потенціал країни. Цілком природно, що такі організаційні структури можуть охопити територію, межі якої приблизно збігатимуться з адміністративними утвореннями: областями чи районами. У складі подібного комплексу можуть функціонувати університети, дослідницькі державні та приватні установи національного рівня, промислові корпорації чи їх відділення, що спеціалізуються на виробництві інноваційної продукції, окремі середні й малі виробники, установи виробничого та побутового сервісу від банків і страхових компаній до культурних закладів, стадіонів і центрів розваг.

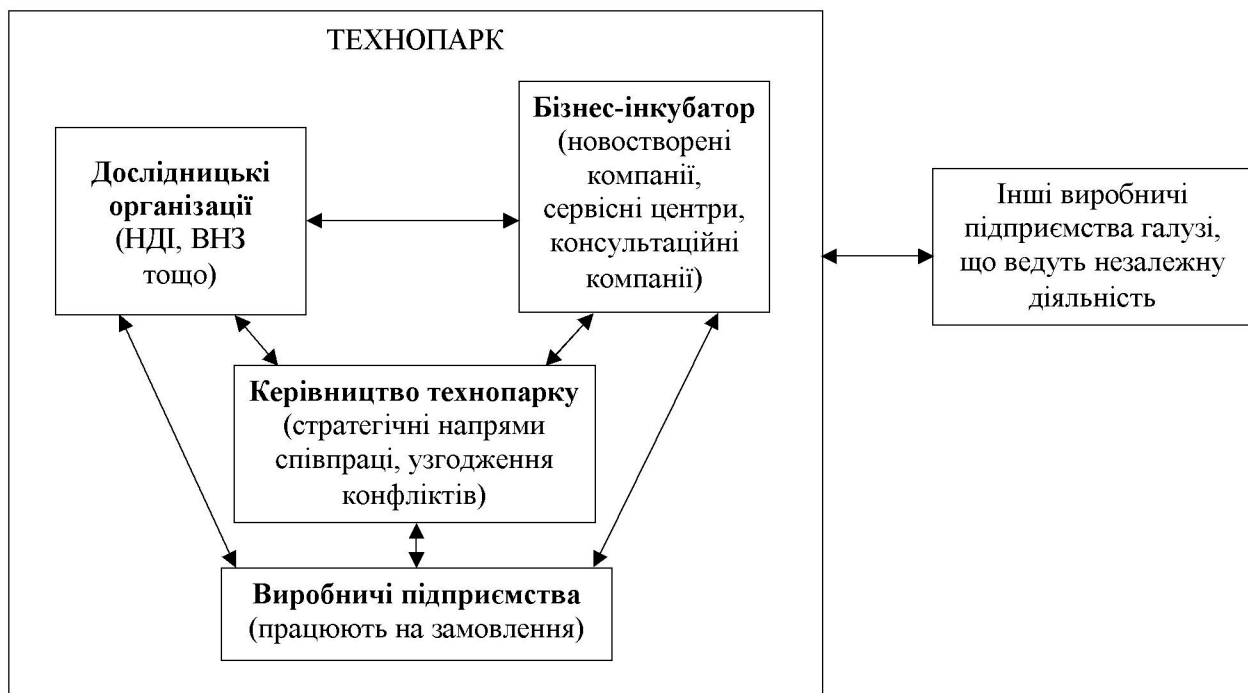


Рис. 4. Організаційна структура технопарку

На сьогодні саме область має розгалужену внутрішню мережу комунікацій, є оригінальною з погляду природних умов (лісова, степова чи гірська зони, морське узбережжя) та охорони середовища красиві ландшафти,

чиста питна вода, свіже повітря – тобто важливих складових «якості життя», що належать до компетенції екологічного маркетингу – актуальних, перспективних напрямів економічного розвитку (рис. 5). Комплекс екологічного

маркетингу сприятиме ефективному розвитку таких регіональних центрів. Такий підхід допоможе забезпечити сталий соціально-економічний розвиток країни. Загальновідомо, що зараз у світі виробляється товарів приблизно у 1,5 раза більше, ніж необхідно людству. Тобто на практиці людство в півтора раза біль-

ше забруднює свою територію, ніж мінімально допустимо. Четвертою умовою є захист навколишнього середовища за допомогою методу пристосування упаковки продукції та відходів від її виробництва для повторної переробки або їх ефективного знешкодження, не допускаючи забруднення територій.

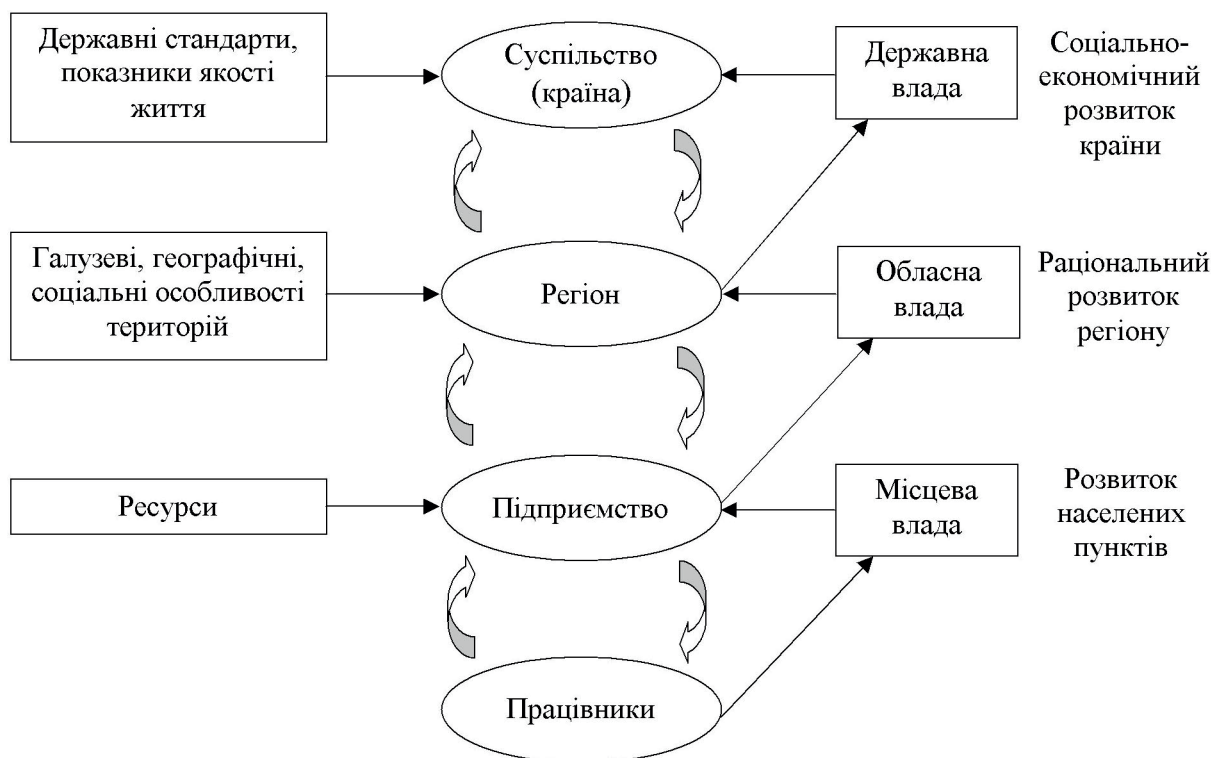


Рис. 5. Схема взаємодії в межах рівнів компетенції центральної влади та місцевого самоврядування

Отже, соціально-економічна діяльність на державному, регіональному та рівні підприємства повинна мати комплексний інноваційно-маркетинговий ухил, спрямований на вимоги очікування сталого економічного розвитку суспільства вітчизняним споживачем. Безумовно, для ефективного практичного запровадження маркетингу партнерських стосунків, екологічного маркетингу та маркетингу сталого розвитку необхідне мирне вирішення найважливішого на сьогодні для України політичного питання. Створення нового типу економічних стосунків між економічними суб'єктами та впровадження інтенсивних форм організації інноваційних процесів має сприяти кластеризації існуючих економічних систем.

ЛІТЕРАТУРА

1. Армстронг Г. Маркетинг. Загальний курс : [пер. з англ.] / Армстронг Г., Котлер Ф. – 5-те вид. – Москва : Вид. дім «Вільямс», 2001. – 608 с.

Armstronh H. Marketynh. Zahalnyi kurs : [per. z anhl.] / Armstronh H., Kotler F. – 5-te vyd. – Moskva : Vyd. dim «Viliams», 2001. – 608 s.

2. Гордон Ян Х. Маркетинг партнёрских отношений / Ян Х. Гордон ; пер. с англ. под ред. О. А. Третьяк. – Санкт-Петербург ; Москва ; Харьков ; Минск : Питер, 2001. – 384 с.

- Gordon Yan Kh. Marketing partnerskikh ot-nosheniy / Yan Kh. Gordon ; per. s angl. pod red. O.A. Tretiak. – Sankt-Peterburg ; Moskva ; Kharkov ; Minisk : Piter. 2001. – 384 s.
3. Campbel N. C. G. Managing customer relationships. The challenge of deploying scarce managerial resources / N. C. G. Campbel, M. T. Cunningham // International Journal of Research in Marketing. – 1985. – № 2. – P. 255–262.
 4. Olson. R. F. A portfolio approach to supplier relationships / R. F. Olson and L.M. Ellram // Industrial Marketing management. – 1997. – № 26. – P. 101–113.
 5. Державна регіональна політика України: особливості та стратегічні пріоритети : монографія / за ред. З. С. Варналія. – Київ : НІСД, 2007. – 768 с.

Derzhavna rehionalna polityka Ukrainy: oso-blyvosti ta stratehichni priorityty : monohrafiia / za red. Z. S. Varnaliia. – Kyiv : NISD, 2007. – 768 s.
 6. Канищенко Н. Г. Формування національних галузевих кластерів в умовах інтернаціоналізації / Н. Г. Канищенко // Формування ринкових відносин в Україні. – 2006. – Вип. 4 (59). – С. 70–73.

Kanishchenko N. H. Formuvannia natsionalnykh haluzevykh klasteriv v umovakh internatsionalizatsii / N. H. Kanishchenko // Formuvannia rynkovykh vidnosyn v Ukraini. – 2006. – Vyp. 4 (59). – S. 70–73.
 7. Современные инновационные структуры и коммерциализация науки / под ред. А. А. Мазура. – Харьков : Полиарт, 2000. – 254 с.

Sovremennyye innovatsionnyye struktury i kommertsializatsiya nauki / pod red. A. A. Mazura. – Kharkov : Poliart. 2000. – 254 s.
 8. Шукшунов В. Е. Технопарки России / В. Е. Шукшунов. – Москва : Ассоциация «Технопарк», 1996. – 117 с.
 9. Про вищу освіту [Електронний ресурс] : Закон України від 01.07.2014, № 1556-VII. – Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/1556-18>. – Назва з екрана.

Pro vyshchu osvitu [Elektronnyi resurs] : Zakon Ukrainy vid 01.07.2014, № 1556-VII. – Rezhym dostupu: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/1556-18>. – Nazva z ekrana.
 10. Телетов А. С. Состояние реального сектора экономики современной Украины / А. С. Телетов, Н. В. Провозин // Социально-экономические проблемы адаптации реального сектора в современных условиях : монография. – Донецк : Ноулидж, 2013. – С. 6–13.

Teletov A. S. Sostoyaniye realnogo sektora ekonomiki sovremennoy Ukrainy / A. S. Teletov, N. V. Provozin // Sotsialno-ekonomicheskiye problemy adaptatsii realnogo sektora v sovremennykh usloviyakh : monografiya. – Donetsk : Noulidzh. 2013. – S. 6–13.
 11. Телетов О. С. Инновации в маркетингу промислових підприємств : [монографія] / О. С. Телетов, Н. В. Івашова, Є. І. Нагорний ; за заг. ред. д-ра екон. наук. проф. О. С. Телетова. – Суми : СумДУ, 2013. – 282 с.

Tielietov O. S. Innovatsii v marketynhu promyslovykh pidpriemstv : [monohrafiia] / O. S. Tielietov, N. V. Ivashova, Ye. I. Nahornyi ; za zah. red. d-ra ekon. nauk. prof. O. S. Tielietova. – Sumy : SumDU, 2013. – 282 s.
 12. Лабунська С. В. Управління витратами інноваційної діяльності підприємства: методологія та практика : монографія / С. В. Лабунська. – Харків : ВД «ІНЖЕК», 2014. – 352 с.

Labunska S. V. Upravlinnia vytratamy innovatsiinoi diialnosti pidpriemstva: metodolohiia ta praktyka : monohrafiia / S. V. Labunska. – Kharkiv : VD «INZhEK», 2014. – 352 s.

А. С. Телетов, доктор экономических наук; **Н. В. Провозин** (Сумской государственной университет). **Иновационные маркетинговые структуры промышленных предприятий Украины.**

Аннотация. Резкая социально-экономическая переориентация Украины заставляет искать новые пути дальнейшего развития, которые можно обобщить по направлениям маркетинга и инновационной деятельности. Цель статьи – найти пути инновационного социально-экономического развития страны. В условиях улучшения регионального развития и совершенствования системы местного самоуправления становится важным распространение маркетинга партнерских отношений в условиях существующих экономических кластеров, создание и расширение сети технопарков, целью которых является ускорение внедрения научно-исследовательских разработок в дальнейшее коммерческое производство. Социально-экономическая деятельность на региональном и уровне предприятия должна иметь комплексный инновационно-маркетинговый уклон, направленный на требования ожидания устойчивого экономического развития общества отечественным потребителем.

Ключевые слова: маркетинг партнерских отношений, технопарки, экономические кластеры, устойчивое экономическое развитие, экономическое развитие региона.

A. Teletov, Dc. Econ. Sci.; N. Provozin (Sumy Reigning universitet). **Innovative marketing structure Ukrainian enterprises.**

Summary. Cutting Ukraine socio-economic reorientation makes us look for new ways of development that can be generalized in marketing and innovation areas. Find innovative ways of socio-economic development. In terms regional development improving and upgrade of local governments become important distribution marketing partnership in terms of existing economic clusters and the creation and a network expansion of industrial parks whose purpose is to accelerate the introduction of research and development to further commercial production. Conclusions: Socio-economic activities on the national, regional and enterprise level should be integrated innovative marketing bias aimed at sustainable economic expectations demands of society to domestic consumers.

Keywords: marketing partnerships, technology parks, economic clusters, sustainable economic development, economic development of the region.

ЕКОНОМІКО-МАТЕМАТИЧНА МОДЕЛЬ ОПТИМІЗАЦІЇ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА

Л. М. КОЛЄЧКІНА, доктор фізико-математичних наук;
Н. В. РОГОВА

(Вищий навчальний заклад Укоопспілки
«Полтавський університет економіки і торгівлі»)

Анотація. З настанням кризи ресторатори активізували свою діяльність – упроваджують новітні розробки та підвищують роль керівництва у прийнятті управлінських рішень. Мета статті – розкрити зміст і складові системи управління розвитком підприємства ресторанного господарства. Визначено системний підхід у вигляді економіко-математичної моделі, що передбачає формування системи збалансованих показників для функціонування підприємства ресторанного господарства. Для оптимізації роботи підприємства ресторанного господарства пропонується формувати систему показників і оптимізувати їх значення.

Ключові слова: оптимізація, модель, математичні методи, систематизація показників ресторанного господарства.

Ресторанний бізнес завжди був досить ризиковим, і зараз це твердження доведено на сто відсотків. Аналіз ринку показав, що сьогодні багато ресторанів високої кухні перекваліфікувалися в демократичні заклади. Динаміка розвитку ринкових відносин та все більша нестабільність середовища функціонування підприємств ресторанного господарства, висувають ряд нових вимог до управління, акцентуючи увагу перш за все на проблемі підвищення їх ефективності, тому актуальність обраної теми є очевидною.

Заклад ресторанного господарства – структурна одиниця у сфері ресторанного господарства, яка здійснює торгово-виробничу діяльність: виробляє і доготовляє, продає і організовує споживання продукції власного виробництва та закупних товарів, може організовувати дозвілля споживачів [1]. Залежно від характеру торгово-виробничої діяльності заклади ресторанного господарства поділяються на ресторани, кафе, бари, буфети, закусочні, їдальні й ін.

Успішність діяльності ресторану залежить від багатьох факторів, що починаються від формулювання загальної філософії ведення цього бізнесу та закінчуючи контролем за

тим, як ця філософія реально втілюється в життя. Щоб успішно використовували технології стратегічного управління ресторанним господарствам із метою вибору пріоритетних напрямів розвитку підприємств необхідно спочатку визначити основні категорії, що використовуються в рамках управління таким господарством. Тому в першу чергу поняття «комплексне стратегічне управління підприємством ресторанного бізнесу» являє собою управління виробництвом і реалізацією продукції та послуг при точному знанні потреби й можливості ринку, а також максимально ефективного використанні всіх наявних ресурсів з урахуванням усіх факторів зовнішнього та внутрішнього середовища, забезпечення конкурентоспроможності й ефективної роботи підприємства ресторанного бізнесу на сьогодні та в майбутньому.

Реалізація стратегії концентрованого зростання може бути спрямована на виявлення регіональних ресурсів для розвитку ресторанного бізнесу при одночасному вирішенні питань їх ефективного використання [2]. Напрямами реалізації стратегії підвищення ефективності функціонування підприємств можуть бути: створення ресторанних мереж,

що консолідують ресурси підприємств ресторанного бізнесу та суміжних напрямів; розширення форм роботи з відвідувачами за рахунок використання інформаційних технологій і залучення ресурсів фінансово-промислових груп [3]. Стратегія лідерства у витратах є пріоритетною стратегією в ситуації інтен-

сивного розвитку ресторанного господарства. Крім стратегії управління у витратах пропонується використання стратегії гнучкої спеціалізації і стратегії низьковитратної диференціації, що розглядає альтернативні варіанти залучення відвідувачів без істотного збільшення витрат [4].

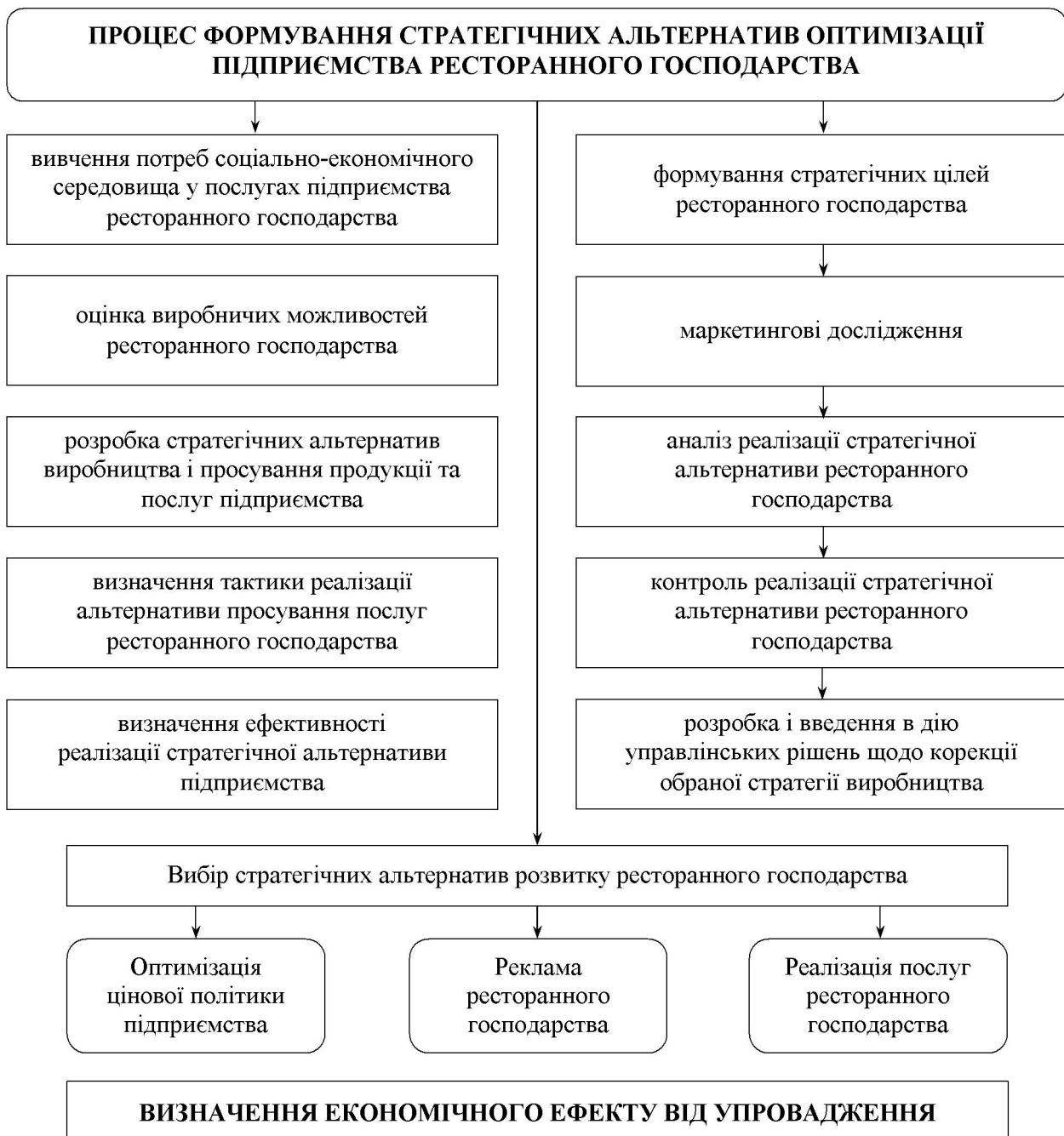


Рис. 1. Економіко-математична модель оптимізації ресторанного господарства

Дослідження усього розмаїття існуючих варіантів стратегій свідчить про те, що всі вони зводяться до побудови системи збалансованих показників на різних рівнях управління: корпоративних, ділових (конкурентних), функціональних і операційних [1].

Диверсифікація, як одна з найбільш актуальних корпоративних стратегій у сучасному ресторанному бізнесі, передбачає спрямування ресурсів підприємства за межі його основної сфери діяльності та галузі, в якій воно функціонує, для освоєння і реалізації нових можливостей розвитку [2, 5]. Процес формування стратегічних альтернатив поведінки підприємства ресторанного бізнесу складається з таких загальних етапів: 1) дослідження та вивчення потреб соціально-економічного рівня населення у продукції та послугах підприємства ресторанного господарства; 2) аналіз і прогноз ринку споживання запропонованої продукції та послуг; 3) оцінка виробничих можливостей різних підприємств ресторанного господарства; 4) формування стратегічних цілей; 5) розробка можливих альтернатив виробництва та реклама продукції і послуг підприємства; 6) вибір стратегічної альтернативи розвитку підприємства; 7) визначення тактики реалізації альтернативи просування послуг ресторанного господарства; 8) контроль і аналіз реалізації стратегічної альтернативи ресторанного господарства; 9) визначення ефективності реалізації стратегічної альтернативи підприємства; 10) розробка та впровадження в діяльність підприємства управлінських рішень; 11) оцінка та корекція обраних стратегій виробництва і просування продукції та послуг підприємства ресторанного бізнесу [3, 4]. На основі вищезазначених етапів запропонована економіко-математична модель оптимізації ресторанного господарства (рис. 1).

Економіко-математична модель ресторанного господарства дозволяє проаналізувати, оцінити та розробити ефективний план дій для оптимізації конкретного підприємства. Слід зазначити, що уявлення про підприємство не буде повним, якщо не розглянути показники економічної діяльності закладу ресторанного господарства. Розглянемо більш детально основні елементи економіко-математичної

моделі оптимізації ресторанного господарства та умови їх взаємодії. Для подальшого процесу розгляду цього питання такі показники визначимо в табл. 1, та формалізуємо їх у вигляді математичних формул. Для визначення оцінки конкурентоспроможності підприємства ресторанного господарства запропоновано збалансовану систему показників. Така система дозволяє оцінити корисність асортименту меню, інфраструктури та персоналу (табл. 1).

Шляхом експертних опитувань збалансованій системі показників конкурентоспроможності було присвоєно ранги (1 – найвищий, 10 – найнижчий). Рекомендовані діапазони значень показників визначений за результатами досліджень підприємств вибірки та узагальнення пропозицій експертів. Експертами можуть бути керівники підприємств ресторанного господарства з великим досвідом практичної роботи. Для показників, що виражаються як якісні, установлені оцінки експертів за п'ятибальною шкалою (1 – найнижчий, 5 – найвищий рівень).

Усі вищезазначені показники, що входять до табл. 1 та отримані внаслідок опитування експертів, можуть бути розраховані за формулою (1):

$$1 + kV(x) = \prod_{i=1}^n (1 + k k_i V_i(x_i)), \sum_{i=1}^n k_i \neq 1, \quad (1)$$

де $V(x)$ – загальна функція корисності;

$V_i(x_{ij})$ – функція корисності обраного критерію з множини можливих X_{ij} , k_i – вагові коефіцієнти ($0 < k_i < 1$), k – константа ($k > -1$), яку можна визначити шляхом послідовних ітерацій або підбору рішення з рівняння (2):

$$1 + k = \prod_{i=1}^n (1 + k k_i). \quad (2)$$

Використання мультиплікативної функції корисності, а також незалежності за перевагою і за корисністю дозволяє звести задачу встановлення чисельних значень функції корисності для n показників до побудови n одновимірних функцій корисності та розв'язати

задачу оптимізації підприємства ресторанного господарства на прикладі конкретного підприємства.

Отже, за результатами дослідження побудовано економіко-математичну модель опти-

мізації ресторанного господарства, на основі якої можна встановити тенденцію до зростання конкурентоспроможності підприємств ресторанного господарства після впровадження системи збалансованих показників.

Таблиця 1

Збалансована система показників конкурентоспроможності ресторанного господарства

| Група показників конкурентоспроможності | Показник | Ранг | Означення | Рекомендований діапазон значень |
|--|--|------|---|---------------------------------|
| 1 | 2 | 3 | | 4 |
| Оптимізація цінової політики підприємства | X_{11} Ціни на запропоновані в меню страви | 1 | Середнє відношення цін порівняно з подібними конкуруючими підприємствами, % | 80...120 |
| | X_{12} Якість страв | 2 | Оцінка якості страв до аналогічних у конкурентних підприємств, % | 80...160 |
| | X_{13} Асортимент страв | 4 | Співвідношення обсягу асортименту порівняно з конкуруючими підприємствами, % | 50...250 |
| Реклама ресторанного господарства | X_{21} Зручність розміщення для відвідувачів | 6 | Порівняння до місць розміщення з конкуруючими підприємствами, бали | 1...10 |
| | X_{22} Сервіс | 3 | Порівняння сервісу з конкуруючими підприємствами, бали | 1...10 |
| | X_{23} Місце розташування | 9 | Порівняння до місця розташування з конкуруючими підприємствами, бали | 1...10 |
| Підвищення якості обслуговування персоналу | X_{31} Якість роботи обслуговуючого персоналу підприємства | 5 | Порівняння до подібних конкуруючих підприємств, бали | 3...5 |
| | X_{32} Економічна свобода | 7 | Відношення фонду матеріального заохочення до фонду заробітної плати, відн. од. | 0,1...0,5 |
| | X_{33} Добробут | 9 | Значення середньої заробітної плати, грн | 2000...5000 |
| | X_{34} Кадрова політика | 8 | Коефіцієнт нестабільності складу працівників, відн. од. | 0...0,2 |
| | X_{35} План | 6 | Відсоток виконання плану продажу, % | 90...130 |
| | X_{36} Стандарти роботи | 10 | Відношення кількості критичних зауважень відвідувачів до загальної кількості пропозицій, відн. од. | 0...0,3 |
| Реалізація послуг підприємства ресторанного господарства та їх економічний ефект | Y_1 , ефективність економічної діяльності підприємства ресторанного господарства | | Прибуток від реалізації продукції та послуг підприємства ресторанного господарства | – |
| | Y_2 , рентабельність діяльності підприємства ресторанного господарства | | Загальна рентабельність визначається відношенням прибутку до фактичної середньорічної вартості виробничих основних фондів і нормованих оборотних коштів | – |

ЛІТЕРАТУРА

1. Баль Н. В. Методические подходы к стратегическому управлению в ресторанном бизнесе / Н. В. Баль, С. С. Панов // Молодой ученый. – 2013. – № 9. – С. 146–149.
Bal N. V. Metodicheskiye podkhody k strategicheskomu upravleniyu v restorannom biznese / N. V. Bal. S. S. Panov // Molodoy uchenyy. – 2013. – № 9. – S. 146–149.
2. Бородина В. В. Ресторанно-гостиничный бизнес: учет, налоги, маркетинг, менеджмент / Бородина В. В. – Москва : Книжный мир, 2001. – 165 с.
Borodina V. V. Restoranno-gostinichnyy biznes: uchet. nalogi. marketing. menedzhment / Borodina V. V. – Moskva : Knizhnyy mir. 2001. – 165 s.
3. Лук'янов В. О. Организация готельно-ресторанного обслуживания : навч. посіб. / В. О. Лук'янов, Г. Б. Мунін. – 2-ге вид., перероб. і допов. – Київ : Кондор, 2012. – 346 с.
Luk'yanov V. O. Orhanizatsiia hotelno-restorannoho obsluhovuvannia : navch. posib. / V. O. Luk'yanov, H. B. Munin. – 2-he vyd., pererob. i dopov. – Kyiv : Kondor, 2012. – 346 s.
4. П'ятницька Г. Т. Інноваційні ресторани технології: основи теорії : навч. посіб. / Г. Т. П'ятницька, Н. О. П'ятницька. – Київ : Кондор, 2013. – 250 с.
P'iatnytska H. T. Innovatsiini restoranni tekhnolohii: osnovy teorii : navch. posib. / H. T. P'iatnytska, N. O. P'iatnytska. – Kyiv : Kondor, 2013. – 250 s.
5. Бойко М. Г. Организация готельного хозяйства : підручник / Бойко М. Г., Гопкало Л. М. – Київ : Київ, нац. торг.-екон. ун-т, 2006. – 448 с.
Boiko M. H. Orhanizatsiia hotelnoho hospodarstva : pidruchnyk / Boiko M. H., Hoptkalo L. M. – Kyiv : Kyiv, nats. torh.-ekon. un-t, 2006. – 448 s.

Л. Н. Колечкина, доктор физико-математических наук; **Н. В. Роговая** (Высшее учебное заведение Укоопсоюза «Полтавский университет экономики и торговли»). **Економіко-математическая модель оптимизации ресторанного хозяйства.**

Аннотация. С наступлением кризиса рестораторы активизировали свою деятельность – внедряют новейшие разработки и повышают роль руководства в принятии управленческих решений. Цель статьи – раскрыть содержание и составляющие системы управления развитием предприятия ресторанного хозяйства. Определить системный подход в виде экономико-математической модели, предполагающей формирование системы сбалансированных показателей для функционирования предприятия ресторанного хозяйства. Для оптимизации работы предприятия ресторанного хозяйства предлагается формировать систему показателей и оптимизировать их значение.

Ключевые слова: оптимизация, модель, математические методы, систематизация показателей ресторанного хозяйства.

L. Kolietchkina, доктор физико-математических наук; **N. Rogovaja** (Poltava University of Economics and Trade). **Economy and mathematical model of optimization of the restaurant industry.**

Summary. With the onset of the crisis the word “optimization” is firmly established in the vocabulary of restaurateurs that provides revitalization, implementation of the latest developments and the role of leadership in management decisions. To reveal the contents and components of the control system of enterprise development of the restaurant industry. A comparative analysis of the logic and methods of vector optimization. To determine a systematic approach in the form of economic and mathematical models, involving the formation of a balanced scorecard for the functioning of the enterprise restaurant management. In order to optimize the enterprise restaurant management is proposed to form a system of indicators and optimize their value.

Keywords: optimization, model, mathematical methods, systematization of indicators restaurant facilities.

КОНЦЕПТУАЛЬНА МОДЕЛЬ ФОРМУВАННЯ СТРАТЕГІЇ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ПРОМИСЛОВОГО ПІДПРИЄМСТВА НА ОСНОВІ ЕНЕРГОЗБЕРЕЖЕННЯ

О. В. МАКАРА, доктор економічних наук;

В. Ю. ПЕТРИНКА

(Східноєвропейський національний університет імені Лесі Українки)

Анотація. У статті розкрито сутність побудови концептуальної моделі формування стратегії інноваційного розвитку промислового підприємства на основі енергозбереження, що дасть змогу підвищити експортний потенціал країни, конкурентоспроможність вироблених товарів і послуг, а також забезпечити ефективність функціонування промислових підприємств завдяки більш ефективному використанню енергетичних ресурсів.

Ключові слова: інноваційний розвиток, стратегія інноваційного розвитку, енергозбереження, інноваційний потенціал енергозбереження.

На сучасному етапі економічного розвитку, коли простежується певна тенденція до зростання виробництва, дуже важливо якомога точніше спрогнозувати зміну об'ємних і номенклатурних потреб економіки. Світова практика показує, що впровадження нових технологій, техніки та пілотних проектів із розробки енергоефективних матеріалів, розвиток передових енергозберігаючих технологічних рішень дає змогу не тільки зробити умови життя людей більш комфортними та сприятливими, а й забезпечити значну економію невідновлюваних енергетичних ресурсів більш технологічними та ефективними методами.

Розвиток процесів ринкової економіки визначає інновації та інноваційну діяльність основоположними факторами підвищення ефективності виробництва будь-якого господарюючого суб'єкта (будь-якої господарюючої системи). Тому питанням управління інноваціями та інноваційною діяльністю підприємства з позиції енергозбереження варто приділити особливу увагу.

Вагомий науковий внесок у дослідження проблем створення інновацій за сучасних умов розвитку економіки зробили В. Апопій, І. Балабанова, Г. Башнянин, В. Вернадський, Ю. Дайновський, Н. Краснокутська, М. Круп-

ка, О. Кузьмін, М. Мізюк, А. Мокій, П. Савлук, В. Шевчук та ін. Теоретичні та прикладні аспекти з питань регулювання інноваційних процесів у промислових підприємствах щодо енергозбереження в Україні висвітлені у працях О. Амоші, В. Гейця, В. Гришко, О. Дація, М. Корецького, А. Мазаракі, В. Микитенко, Ю. Свірчевської, Л. Федулової.

Проте постановка проблеми у контексті формування стратегії інноваційного розвитку промислового підприємства на основі енергозбереження ще необхідно більш глибоко дослідити.

Метою нашого дослідження є окреслення методології побудови концептуальної моделі формування стратегії інноваційного розвитку промислового підприємства на основі енергозбереження.

З метою науково-методичного забезпечення процесу формування стратегії інноваційного розвитку промислового підприємства на основі енергозбереження пропонуємо таку концептуальну модель її розробки, яка розкриває логічну послідовність виконання всього комплексу робіт, що будуть спрямовані на підвищення енергозбереження, ефективності використання енергетичних ресурсів у процесі виробництва продукції (рис. 1).

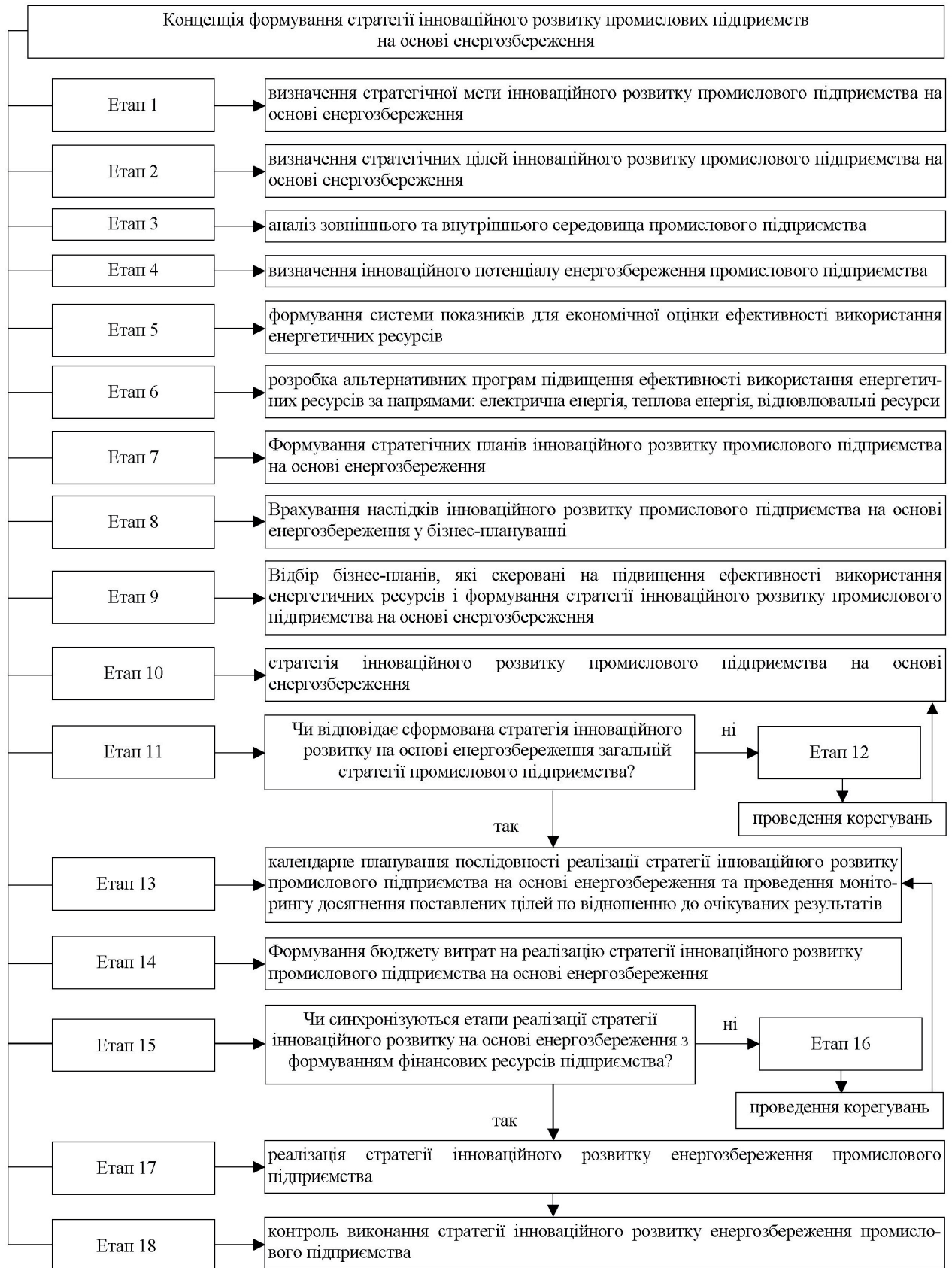


Рис. 1. Концепція формування стратегії інноваційного розвитку енергозбереження промислового підприємства

Початковим етапом є визначення стратегічної мети інноваційного розвитку промислового підприємства на основі ергозбереження: підвищення конкурентоспроможності продукції завдяки більш ефективному використанню енергетичних ресурсів на основі інноваційної складової системи ергозбереження на промисловому підприємстві (етап 1). Водночас стратегія інноваційного розвитку промислового підприємства на основі ергозбереження повинна бути узгоджена із загальною стратегією його розвитку. Стратегічна мета інноваційного розвитку промислового підприємства на основі ергозбереження, яка є за своїм характером функціональна, повинна бути узгоджена з цілями та напрямками її формування (етап 2).

Цілі є орієнтирами для всіх подальших етапів стратегічного планування і одночасно накладають певні обмеження на напрями діяльності організації під час аналізу альтернатив розвитку [1, с. 45].

Визначимо головні стратегічні цілі інноваційного розвитку промислового підприємства на основі ергозбереження: проведення єдиної інноваційної та інвестиційної політики у сфері ергозбереження; формування достатнього обсягу інвестиційних ресурсів і оптимізації їх структури; прийнятність рівня інвестиційних ризиків у процесі здійснення майбутньої господарської діяльності.

На третьому етапі проводиться аналіз зовнішнього та внутрішнього середовища промислового підприємства (етап 3), основною метою якого є оцінка поточного стану підприємства, виявлення конкурентних переваг і визначення пріоритетних напрямів розвитку з урахуванням можливих змін у поведінці зовнішнього середовища.

Аналіз зовнішнього середовища, за допомогою якого розробники стратегії контролюють зовнішні по відношенню до організації чинники з метою передбачення потенційних загроз і можливості розвитку в майбутньому. Його рекомендується закінчувати складанням переліку зовнішніх можливостей і небезпек, розташовуючи їх за ступенем зменшення значимості [2, с. 132]. На думку автора, необхідно оцінити відповідність стратегії інноваційного розвитку ергозбереження промислового

підприємства із запропонованими змінами зовнішнього інвестиційного та інноваційного середовища, де в процесі цієї оцінки визначається, наскільки розроблена стратегія відповідає змінам кон'юнктури ринку.

Також варто врахувати збалансованість стратегії інноваційного розвитку промислового підприємства на основі ергозбереження зі змінами внутрішнього середовища: такий етап дасть змогу визначити, наскільки масштаби, напрями та форми стратегії інноваційного розвитку ергозбереження промислового підприємства взаємозв'язані з можливостями формування внутрішніх інвестиційних ресурсів, кваліфікацією інвестиційних менеджерів, організаційною структурою управління інноваційною діяльністю, інвестиційною культурою та іншими параметрами внутрішнього інвестиційного потенціалу.

У ході здійснення стратегічного аналізу внутрішнього середовища керівництво повинно чітко розуміти, на якій стадії розвитку знаходиться підприємство, перш ніж вирішити, куди рухатися далі. Для цього необхідна ефективна інформаційна система, що забезпечує даними для аналізу минулих, теперішніх і майбутніх ситуацій. Грамотно проведена бізнес-діагностика сильних і слабких сторін діяльності підприємства дає реальну оцінку його ресурсів і можливостей, а також є наступним пунктом розробки стратегії.

Одним із підходів для аналізу теперішніх і перспективних напрямів господарської діяльності підприємства є методика, розроблена відомими американськими вченими А. Томпсоном і А. Стріклендом [3, с. 176]. Автор поділяє їх думку стосовно того, що необхідні дослідження: розмаху діяльності та ступеня різноманітності продукції, що виробляється, диверсифікованості, загального характеру та природи придбань, продажів частки власності, структури та спрямованості діяльності за останній період, відносини до зовнішніх загроз, цілей, критеріїв розподілу ресурсів і структури капітальних вкладень у виготовлення продукції, ставлення до фінансового ризику керівників, рівня і ступеня концентрації зусиль у сфері НДДКР, стратегій окремих функціональних підрозділів.

Успіх стратегії в зовнішньому середовищі залежить від внутрішніх організаційних можливостей, зокрема загальноуправлінських, які включають кваліфікацію і кругозір провідних керівників, культуру відносин, методи управління та організаційну структуру, вміння управлінського персоналу вести організаційну роботу.

Для вивчення зовнішнього та внутрішнього середовища функціонування промислового підприємства варто застосувати SWOT-аналіз, що дасть змогу дослідити взаємовплив зовнішнього та внутрішнього середовища промислового підприємства. Застосування SWOT-аналізу спрямоване на виявлення можливостей і загроз із боку зовнішнього середовища, а також сильних і слабких сторін усередині підприємства. У процесі SWOT-аналізу досліджуються складові макросередовища, мікросередовища і внутрішнього середовища промислового підприємства.

Аналіз зовнішнього середовища контролює зовнішні фактори впливу на промислове підприємство з метою оцінки потенційних загроз і розробляє плани на випадок виникнення непередбачених обставин, а також формує стратегію, що дає змогу досягти поставлених цілей і перетворити потенційні загрози в можливості для подальшого розвитку. Першим кроком у разі проведення аналізу факторів зовнішнього середовища є збір інформації про тенденції у змінах середовища функціонування підприємства. Для виконання цього завдання можна залучати як власних співробітників промислового підприємства, так і зовнішніх консультантів. Джерелами інформації для проведення аналізу є професійні журнали, книги й газети, інформаційні системи, Інтернет, наукові дослідження, що ведуться в університетах та НДІ, постачальники, розповсюджувачі, покупці, конкуренти та ін. Після обробки вихідної інформації формуються періодичні оглядові доповіді керівництву (топ-менеджерам), завданням яких є визначення можливостей і загроз.

Досліджуються такі складові макросередовища:

- економічна складова макросередовища промислового підприємства (аналізується динаміка економічного зростання в країні

та регіонах, галузева структура зростання, зміна енергоємності споживання, політика енергозбереження);

- нормативно-правова складова макросередовища промислового підприємства (вивчається законодавча база, що регулює енергозберігаючу діяльність підприємств);

- енергетична складова макросередовища промислового підприємства (визначається відповідність розробленої стратегії інноваційного розвитку промислового підприємства на основі енергозбереження загальній стратегії інноваційного розвитку енергозбереження країни та регіону);

- технологічна складова макросередовища промислового підприємства (досліджується сучасний стан і тенденції науково-технічного прогресу, поява сучасного енергоефективного устаткування, зміни в технології виробництва, конструкційних матеріалах, управлінні, технології збору, обробки й передачі інформації тощо);

- екологічна складова макросередовища промислового підприємства (вивчаються вимоги природоохоронних органів до дотримання гранично допустимих величин викидів і відходів, можливі причини застосування штрафних санкцій).

У процесі вивчення мікросередовища досліджуються:

- конкуренти (проводиться аналіз поточної стратегії конкурентів, їх майбутніх цілей, сильних і слабких сторін, здійснювана ними діяльність із підвищення ефективності використання енергетичних ресурсів);

- динаміка попиту на продукцію підприємства.

Після аналізу й оцінки факторів зовнішнього середовища визначаються сильні та слабкі сторони всередині підприємства. Під час дослідження внутрішнього середовища промислового підприємства вивчаються процеси отримання та споживання енергетичних ресурсів, використовувана технологія виробництва, стан обладнання, конкурентні переваги промислового підприємства, рівень кваліфікації персоналу промислового підприємства, цілі загальної економічної стратегії, можливості формування фінансових ресурсів.

Кінцевою метою аналізу внутрішнього середовища підприємства є визначення сильних і слабких сторін для формування стратегії, яка буде зорієнтована на підвищення його конкурентоспроможності.

На четвертому етапі необхідно визначити інноваційний потенціал енергозбереження промислового підприємства. У процесі реалізації стратегії інноваційного розвитку промислового підприємства на основі енергозбереження необхідно розглянути потенційні можливості підприємства щодо формування необхідного обсягу інвестиційних ресурсів за всіма джерелами і формами; чи є на інвестиційному ринку достатній перелік фінансових інструментів, що забезпечить формування ефективного інвестиційного портфеля; які організаційні й технічні можливості успішної реалізації вибраної інноваційної стратегії.

Для подальшого підвищення ефективності роботи в ринкових умовах необхідно оцінити інноваційний потенціал енергозбереження промислового підприємства, що характеризує енерготехнологічні, економічні та організаційні можливості позиціонування підприємства на конкурентному ринку й ефективного управління ринковими ризиками. Цей потенціал може бути визначений на основі характеристик і показників.

На цьому етапі варто проаналізувати показники для визначення статусу підприємства на енергоринку та оцінити ступінь готовності енергоменеджменту до роботи на енергоринках: забезпечення приладами технічного та комерційного обліку, прогресивність організаційної структури управління енергогосподарством, резерв енергозбереження, енергоємність продукції, структура споживання енергоресурсів.

На п'ятому етапі для економічної оцінки різних напрямів реалізації стратегії інноваційного розвитку промислового підприємства на основі енергозбереження формується система показників, що характеризує економічну ефективність реалізації стратегії; оцінка економічної ефективності стратегії інноваційного розвитку енергозбереження промислового підприємства здійснюється перш за все на основі прогнозних розрахунків раніше розглянутої

системи основних інноваційних коефіцієнтів і заданих цільових стратегічних нормативів, зіставлених із базовим їх рівнем.

На наступному шостому етапі розробляються альтернативні програми, проекти, які спрямовані на досягнення поставленої мети – підвищення ефективності використання енергетичних ресурсів за різними напрямками (теплова енергія, електрична енергія, інші види відновлюваних ресурсів). Для контролю за процесом реалізації стратегії і досягненні зазначених її цілей розробляються програми, проекти.

Вищезазначені проекти, програми можуть фінансуватись за кошти донорів і міжнародної технічної допомоги. Однак міжнародні проекти не в змозі забезпечити всі потреби фінансування оновлення інфраструктури. Не мають можливості задовольнити потреби у коштах для енергоефективної модернізації ні державний, ні місцеві бюджети. Саме бізнес може як запропонувати сучасні технічні рішення для конкретних проектів, так і знайти джерела фінансування для їх упровадження. Проте для залучення коштів приватних інвесторів у цей сектор важливо забезпечити юридичний механізм їх повернення, зокрема, за рахунок отриманих заощаджень від зменшення споживання тепла та електроенергії [4].

Водночас необхідно вибрати принциповий підхід до управління енергетичними витратами, який може бути реалізований або на основі мінімізації енергетичних витрат, або оптимізації їх величини. Перший підхід базується на впровадженні різних енергозберігаючих заходів і зміні структури взаємозамінних енергоносіїв на користь більш дешевих. Однак необхідно відзначити, що застосування цього підходу уповільнює впровадження нових прогресивних енергоємних технологій та інновацій, обмежує можливості технічного та інноваційного розвитку підприємства, фіксує досягнутий рівень ефективності. Оптимізація енергетичних витрат передбачає поєднання енергозберігаючих заходів із упровадженням нових енергоємних технологій, пошуком і вибором варіантів енергопостачання та постачальників енергетичних ресурсів і послуг, пов'язаних із енергопостачанням.

Необхідно зазначити, що використання другого підходу може призвести до збільшення витрат на енергетичні ресурси. Це може бути пов'язано із заміною дешевих енергоресурсів більш дорогими або ж збільшенням витрат ПЕР на одиницю продукції, сприяючи, однак, інноваційно-технічному розвитку підприємства та підвищенню ефективності його виробничо-господарської діяльності на перспективу.

На сьомому етапі необхідно розробити планування інноваційного розвитку енергозбереження промислових підприємств. Усі види планів повинні передбачати дії на випадок непередбачених обставин. Необхідно використовувати ситуативне планування. Стратегічні плани завжди суб'єктивні, оскільки засновані на пропозиціях. Ситуативні плани дозволяють зрозуміти, що буде, якщо прогнози не виправдаються. Адаптивний стратегічний план повинен бути сукупністю ситуативних планів, кожен із яких вступає в дію при певних ситуаціях, що складаються в зовнішньому середовищі організації.

На восьмому етапі необхідно врахувати наслідки інноваційного розвитку енергозбереження промислового підприємства у бізнес-плануванні.

По завершенні такого дослідження на основі комплексної техніко-економічної оцінки відбираються найбільш ефективний бізнес-план, реалізація якого сприяє досягненню поставлених цілей (етап 9). На цьому етапі проводиться оцінка і вибір різних бізнес-планів із показниками, які характеризують економію електричної та теплової енергії, а також інших видів енергетичних ресурсів. Крім того, визначаються економічні показники по кожному проекту (термін окупності, індекс прибутковості, внутрішня норма прибутковості й ін.). В умовах обмеженості фінансових ресурсів необхідно розробити систему показників, яка дасть змогу відібрати найбільш ефективні бізнес-плани. Крім того, при відборі варто врахувати можливий вплив тих факторів, які можуть ускладнити виконання заходів (нестача ресурсів, надмірно тривалий термін реалізації проекту та ін.).

У висновку проводиться синтез усіх програм і формується стратегія інноваційного роз-

витку промислового підприємства на основі енергозбереження (етап 10), після цього необхідно визначити, чи відповідає сформована стратегія загальній стратегії підприємства (етап 11) і, в разі необхідності, внести корективи у стратегію інноваційного розвитку промислового підприємства на основі енергозбереження (етап 12).

Далі здійснюється календарне планування реалізації обраних програм (етап 13). Для цього визначаються конкретні заходи, терміни їх виконання, задаються контрольні критерії, кількісні значення показників, які повинні бути досягнуті. Це дасть змогу вести моніторинг досягнення поставлених цілей по відношенню до очікуваних результатів.

Крім того, на цьому етапі необхідно сформувати бюджет витрат на реалізацію стратегії інноваційного розвитку промислового підприємства на основі енергозбереження. Більшість підприємств використовують систему бюджетування для виконання завдань розміщення ресурсів і оцінки своєї діяльності. Водночас необхідно забезпечити відповідність між бюджетними статтями та встановленими значеннями показників одночасно і на рівні підприємства, і на рівні підрозділів – центрів відповідальності.

У бюджеті визначається обсяг фінансових ресурсів, які необхідні для виконання поставлених цілей (етап 14). Серед джерел формування фінансових ресурсів можна виокремити:

- власні кошти підприємства (чистий прибуток підприємства, цільові фонди, що формуються за рахунок прибутку, амортизаційні відрахування, страхові відшкодування, інші види ресурсів);
- залучення коштів (фінансові кошти, що залучаються за рахунок емісії і розміщення акцій, кошти, що виділяють вищестоящі холдингові та акціонерні товариства, гранти та благодійні внески, державні субсидії – прямі й непрямі (у вигляді податкових та інших пільг);
- позикові засоби (банківські кредити й позики, позики в грошовій формі, що надаються небанківськими установами, державні кредити й позики, в тому числі у формі податкового інвестиційного кредиту, фінансові кошти, що залучаються за рахунок емісії і розмі-

щення облігацій, машини, устаткування, інші негрошові види ресурсів, що залучаються на основі операційного та фінансового лізингу).

Перелік можливих джерел досить значний. Однак досі основними джерелами фінансових ресурсів, які використовуються для фінансування заходів, спрямованих на підвищення енергетичної ефективності виробництва, залишаються власні кошти промислових підприємств, значну частину яких становлять чистий прибуток і амортизаційні відрахування. Обмежені можливості залучення додаткових фінансових ресурсів пояснюються високими ризиками, зумовленими невизначеністю поведінки зовнішнього середовища, іноді досить тривалим терміном окупності заходів.

Для розробки найбільш оптимальної структури джерел фінансових ресурсів підприємству варто проаналізувати всі доступні методи фінансування відібраних проектів. Водночас важливо забезпечити синхронізацію формування фінансових ресурсів із етапами реалізації програм, спрямованих на підвищення ефективності використання енергетичних ресурсів (етап 15). Якщо така синхронізація не забезпечується, виникає необхідність скоригувати календарний план реалізації окремих етапів цих програм відповідно до можливостей формування фінансових ресурсів (етап 16).

Наступний етап формування концептуальної моделі передбачає реалізацію стратегії інноваційного розвитку промислового підприємства на основі енергозбереження (етап 17).

На цьому етапі визначаються конкретні організаційні шляхи з реалізації відібраних програм, встановлюються терміни виконання робіт і конкретні виконавці. Процес реалізації сформованої стратегії інноваційного розвитку промислового підприємства на основі енергозбереження повинен постійно контролюватися з метою виявлення можливих відхилень від запланованих показників, установлення причин відхилень, які виникають, і розробки заходів для їх усунення (етап 18). Крім того, на цьому етапі необхідно відстежувати зміни у зовнішньому та внутрішньому середовищі та проводити в міру необхідності коригування стратегії інноваційного розвитку промислового підприємства на основі енергозбере-

ження, плану її реалізації, показників або термінів виконання поставлених цілей.

Отже, запропонована нами концептуальна модель формування стратегії інноваційного розвитку промислового підприємства на основі енергозбереження, адаптована до можливих змін поведінки зовнішнього та внутрішнього середовища, спрямована на досягнення мети підвищення ефективності функціонування промислових підприємств унаслідок більш ефективного використання енергетичних ресурсів.

ЛІТЕРАТУРА

1. Інноваційна стратегія українських реформ / Гальчинський А. С., Геєць В. М., Кінах А. К., Семиноженко В. П. – Київ : Знання України, 2002. – 336 с.

Innovatsiina stratehiia ukrainiskykh reform / Halchynskyi A. S., Heiets V. M., Kinakh A. K., Semynozhenko V. P. – Kyiv : Znannia Ukrainy, 2002. – 336 s.

2. Гаман М. Механізми державної підтримки інноваційного розвитку економіки / Гаман М. // Вісник УАДУ при Президентіві України. – 2003. – № 2. – С. 59–67.

Haman M. Mekhanizmy derzhavnoi pidtrymky innovatsiinoho rozvytku ekonomiky / Haman M. // Visnyk UADU pry Prezydentovi Ukrainy. – 2003. – № 2. – S. 59–67.

3. Томпсон А. А. Стратегический менеджмент. Искусство разработки и реализации стратегии : учебник для вузов / А. А. Томпсон, А. Дж. Стрикленд ; пер. с англ. под ред. Л. Г. Зайцева, М. И. Соколовой. – Москва : Банки и биржи, ЮНИТИ, 1998. – 576 с.

Tompson A. A. Strategicheskyy menedzhment. Iskusstvo razrabotki i realizatsii strategii : uchebnyk dlya vuzov / A. A. Tompson, A. Dzh. Striklend ; per. s angl. pod red. L. G. Zaytseva, M. I. Sokolovoy. – Moskva : Banki i birzhi, YuNITI, 1998. – 576 s.

4. Комплексна державна програма енергозбереження України [Електронний ресурс] / Схвалена Постановою Кабінету Міністрів України № 148 від 5 лютого 1997 р. – 220 с. – Режим доступу: www.necin.com.ua. – Назва з екрана.
- Kompleksna derzhavna prohrama enerhozberezhennia Ukrainy [Elektronnyi resurs] / Skhvalena Postanovoiu Kabinetu Ministriv Ukrainy № 148 vid 5 liutoho 1997 r. – 220 s. – Rezhym dostupu: www.necin.com.ua. – Nazva z ekrana.

О. В. Макара, доктор экономических наук; **В. Ю. Петринка** (Восточноевропейский национальный университет имени Леси Украинки). **Концептуальная модель формирования стратегии инновационного развития промышленного предприятия на основе энергосбережения.**

Аннотация. В статье раскрыта сущность построения концептуальной модели формирования стратегии инновационного развития промышленного предприятия на основе энергосбережения, что позволит повысить экспортный потенциал страны, конкурентоспособность производимых товаров и услуг, а также обеспечить эффективность функционирования промышленных предприятий благодаря более эффективному использованию энергетических ресурсов.

Ключевые слова: инновационное развитие, стратегия инновационного развития, энергосбережения, инновационный потенциал энергосбережения.

O. Makara, Dc. Econ. Sci.; **V. Petrinka** (Lesya Ukrainka Easter European National University). **Conceptual model of formation of strategy of innovative development of industrial enterprises based energy.**

Summary. The essence of the concept of building an innovative energy saving potential of industrial enterprises is certain in the article, which will help improve the export potential of the country's competitiveness goods and services, and the efficiency of the industry to ensure through efficient use of energy resources.

Keywords: innovative development, strategy of innovative development, energy efficiency, innovative energy saving potential.

РЕГУЛЯТОРНЕ СЕРЕДОВИЩЕ ФУНКЦІОНУВАННЯ МАЛИХ МАШИНОБУДІВНИХ ПІДПРИЄМСТВ

Н. О. ШПАК, доктор економічних наук;

Т. Ю. КИРИЛИЧ

(Національний університет «Львівська політехніка»)

Анотація. У статті охарактеризовано регуляторно-правове середовище функціонування малих машинобудівних підприємств, виокремлено нормативні акти, що приймаються на державному, обласному та місцевому рівнях і забезпечують підтримку та розвиток таких суб'єктів господарювання, структуровано державні органи, які відповідають за прийняття та виконання цих регуляторно-правових актів, сприяють підтримці та інформуванню малого бізнесу. Виявлено необхідність консолідувати діяльність малих підприємств і державних органів обласного та місцевого самоврядування, формувати двосторонній процес взаємодії малих підприємств і державних інституцій, розробляти спільні програми розвитку як на місцевому, регіональному рівні, так і на загальнообласному та державному. З'ясовано, що для покращення ситуації на ринку машинобудування необхідно не лише змінити стратегічне бачення управлінців, але й державну підтримку сприянню розвитку малих підприємств через розроблення комплексу законодавчого та нормативно-правового забезпечення, яке б враховувало специфіку малих підприємств і специфіку машинобудівного комплексу.

Ключові слова: мале машинобудівне підприємство, регуляторно-правове середовище, нормативно-правові акти, державна підтримка, виконавчі інституції.

Необхідність розвитку малих підприємств доведена успішною практикою їх функціонування у розвинених країнах. Беззаперечними перевагами малих підприємств є їх гнучкість, інноваційність і мобільність. У машинобудівному комплексі ці риси повинні стимулювати розвиток малого підприємництва і закладати фундамент для постійного процесу вдосконалення, пошуку новаторських рішень, сприяння формуванню групи малих підприємств як активного начала, на базі яких можна було б розробляти та впроваджувати передові технології. Держава повинна сприяти розвитку цих процесів, забезпечуючи законодавчу та нормативно-правову підтримку малим підприємствам. На сьогодні така підтримка реалізується несповна, що актуалізує необхідність вивчення цього питання, яке є нагальним і продиктованим часом.

Регуляторно-правове середовище функціонування вітчизняних господарських одиниць

– динамічне і часто суперечливе явище. Особливістю юридичного аспекту цього питання є часта зміна і неоднозначність законодавства. Вагомий внесок у встановлення особливостей такого процесу зробили такі науковці, як В. В. Дикань, який сконцентрував увагу праці [2] на державному регулюванні комплексу машинобудування, інструментарії, пріоритетах і перспективах його розвитку, О. П. Єлець – у дисертації порушує тему впливу факторів зовнішнього середовища на підприємства машинобудівної галузі, зокрема державного антикризового регулювання [3]. Питанню особливостей і стратегії державного регулювання інноваційної діяльності машинобудівних підприємств присвячено працю [6]. А. Г. Черномазюк, В. В. Стадник аналізують проблеми розвитку машинобудування та розв'язання їх за допомогою держави [11]. Однак специфіці проблем державного регулювання малих машинобудівних підприємств приділено недостатньо

уваги, адже вони мають ряд особливостей, які координуються відповідним нормативно-правовим полем діяльності країни.

Метою статті є встановлення особливостей регуляторного середовища малих підприємств машинобудівного комплексу на міському, обласному та державному рівнях.

Позитивним явищем в економіці держави є розвиток саме малого підприємництва. Комплекс машинобудування має ряд специфічних особливостей, завдяки яким розвиток суб'єктів малого підприємництва у цій галузі набуває визначальної актуальності. Малі машинобудівні підприємства (ММП) є базовою ланкою для крупних виробництв, часто такі малі підприємства виготовляють супутні товари для комплексу машинобудування, комплектуючі тощо. Їхня основна перевага – значна кількість ручної праці, яка незамінна в машинобудуванні. Така співпраця між малими та великими підприємствами машинобудування повинна була б активно стимулювати розвиток як одних, так і других. Однак у вітчизняних кризових умовах функціонування такого комплексу спостерігається дисбаланс між такими підприємствами у бік переважання крупних підприємств. Замість співпраці часто відзначається конкуренція між цими суб'єктами, що негативно позначається на малих машинобудівних підприємствах.

Щоб покращити ситуацію на ринку машинобудування, необхідно в першу чергу змінити стратегічне бачення управлінців і підхід до маркетингової діяльності як одного зі стратегічно значущих векторів розвитку фірми, а також централізований вплив місцевих органів самоврядування та державна підтримка цілого комплексу і малих суб'єктів господарювання у цій галузі зокрема.

Особливо важливою є не лише ініціатива, відкритість до змін і прагнення розвитку з боку малих підприємств, але й державна підтримка малого підприємництва, яке є рушійною силою економіки багатьох розвинених країн. У нашій державі розвиток і підтримка ММП здійснюється на законодавчому рівні за допомогою багатьох нормативно-правових документів. Наприклад, Законом України «Про розвиток та державну підтримку малого та

середнього підприємництва в Україні», метою якого є створення сприятливих умов для розвитку малого та середнього підприємництва, забезпечується їх розвиток; формування конкурентного середовища та підвищення рівня їх конкурентоспроможності; стимулювання інвестиційної та інноваційної активності таких суб'єктів; сприяння просуванню вироблених ними товарів (робіт, послуг), результатів інтелектуальної діяльності на внутрішні та зовнішні ринки; зайнятість населення шляхом підтримки підприємницької ініціативи громадян [5]. До загальнорегуляторних актів функціонування ММП належать Господарський і Податковий кодекси. Господарський кодекс України встановлює правове регулювання підприємницької діяльності, в тому числі і щодо малих підприємств, визначає їх приналежність до цієї категорії [1]. Податковий кодекс України регулює податкове фінансове навантаження для малого підприємництва, визначає перелік і порядок стягнення з них податків і зборів, однак він надалі залишається суперечливим щодо оподаткування малого та середнього бізнесу та сприяння його розвитку шляхом фінансово-економічного стимулювання та надання пільг і преференцій [7]. Закон України «Про Національну програму сприяння розвитку малого підприємництва в Україні», метою якого є створення відповідних умов для реалізації конституційного права на підприємницьку діяльність, а також підвищення добробуту громадян України, необхідно практично й ефективно реалізувати [4]. Це лише деякі загальнодержавні законодавчі акти та нормативно-правові документи, які повинні регулювати та сприяти розвитку малого підприємництва. Незважаючи на чималу кількість регуляторних юридично-правових актів у цій сфері, державних інституцій, що на практиці підтримують ММП від моменту заснування і до усунення загрозливих явищ банкрутства чи навіть ліквідації підприємств, дуже мало. Чималу роль відіграє централізований вплив обласних і місцевих органів самоврядування. Спираючись на напрацювання науковців [2, 11, 12], практику діяльності малих машинобудівних підприємств і власні дослідження розглянемо основні такі суб'єкти та їх компе-

тенцію. На обласному рівні складається та затверджується Регіональна програма розвитку малого підприємства, за виконанням якої стежить Координаційно-дорадча рада з питань підприємства при облдержадміністрації та профільні асоціативні підприємницькі структури регіонів, які звітують Міністерству економіки України та Державному комітету України з питань регуляторної політики та підприємства [10].

Управління економіки департаменту економічної політики систематично надає інформацію малим і середнім підприємствам про

вітчизняні та міжнародні ярмарки, виставки, умови участі в них, лобіює їх інтереси [8].

Ще одним органом підтримки започаткування підприємства, зокрема малого, є Міські центри зайнятості, які забезпечують одноразовою фінансовою підтримкою підприємців, що готові розпочати власну справу.

Співпраця малих і середніх підприємств у сфері інноваційного розвитку із державними бюджетними установами «Регіональними центрами інноваційного розвитку» на практиці слабо розвинута, тому потрібно вдосконалити та активніше впроваджувати.

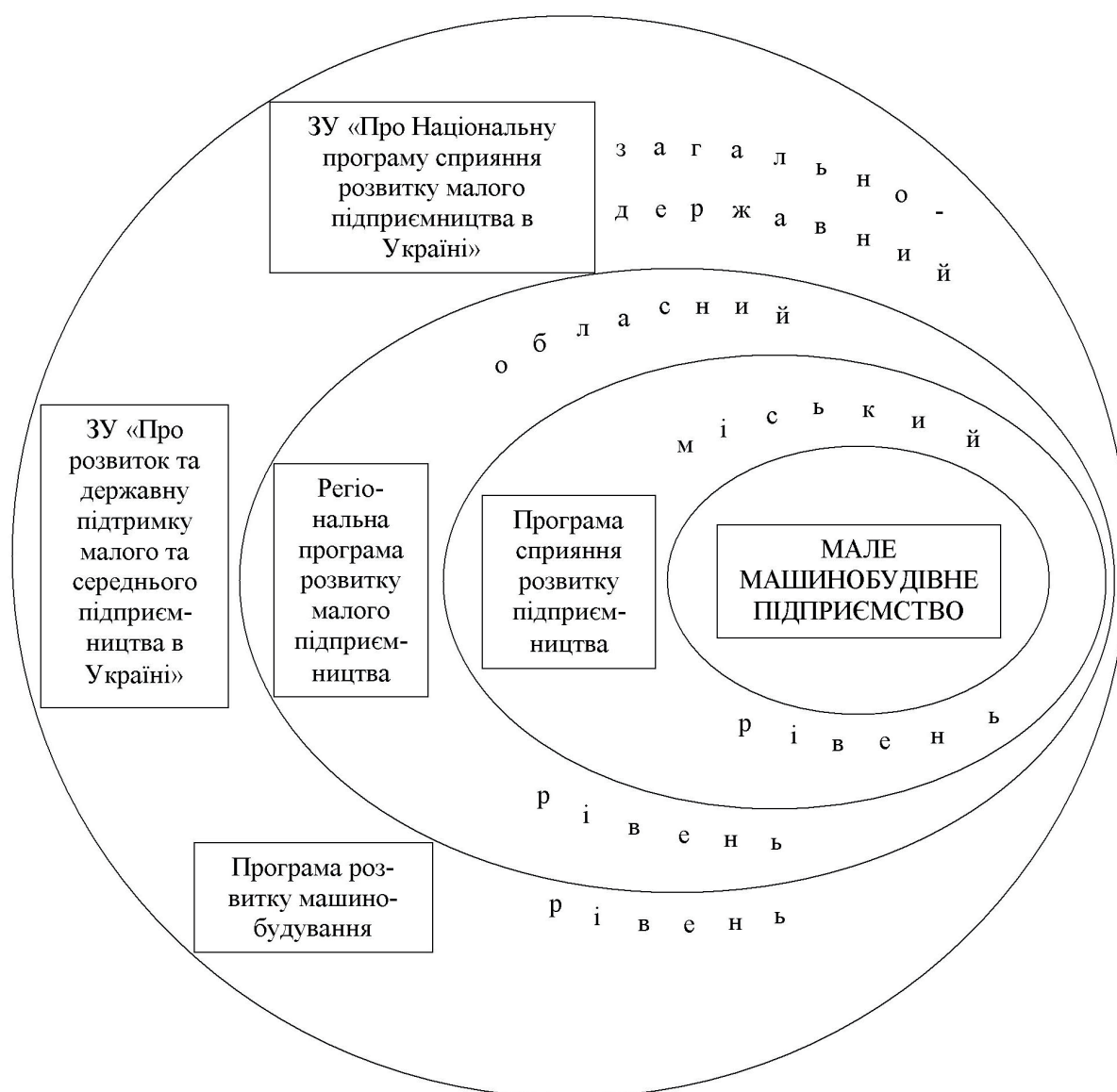


Рис. 1. Специфічні регуляторні акти для малих машинобудівних підприємств на державному, обласному та місцевому рівнях

Спираючись на дію правового поля щодо малого підприємництва, яке становить законодавчо-нормативне підґрунтя функціонування таких суб'єктів господарювання, було застосовано його правову силу в межах виявленої проблеми. Враховуючи вищенаведені рекомендації щодо вдосконалення діяльності малих машинобудівних підприємств у сфері практичного застосування пропонуваного розробок і зазначені державні органи допомоги, підтримки та співпраці з малими підприємствами, необхідно кооперувати спільну діяльність ММП і державних органів обласного та місцевого самоврядування, формувати двосторонній процес взаємодії ММП і державних інституцій, спільних програм розвитку та досягнення вагомих результатів у цьому напрямку.

ЛІТЕРАТУРА

1. Господарський кодекс України. Прийнятий Верховною Радою України 16 січня 2003 р. // Офіційний вісник України. – 2003. – № 11. – Ст. 462.

Hospodarskyi kodeks Ukrainy. Pryiniaty Verkhovnoiu Radoiu Ukrainy 16 sichnia 2003 r. // Ofitsiinyi visnyk Ukrainy. – 2003. – № 11. – St. 462.
2. Дикань В. В. Державне регулювання розвитку машинобудування України [Електронний ресурс] / В. В. Дикань // Вісник економіки транспорту і промисловості. – 2013. – Вип. 42. – С. 213–217. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/j-pdf/Vetp_2013_42_22.pdf. – Назва з екрана.

Dykan V. V. Derzhavne rehulivannia rozvytku mashynobuduvannia Ukrainy [Elektronnyi resurs] / V. V. Dykan // Visnyk ekonomiky transportu i promyslovosti. – 2013. – Vyp. 42. – S. 213–217. – Rezhym dostupu: http://nbuv.gov.ua/j-pdf/Vetp_2013_42_22.pdf. – Nazva z ekrana.
3. Єлець О. П. Антикризова складова управління машинобудівним підприємством : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня к. е. н. : спец. 08.00.04 / О. П. Єлець. – Харків : Нац. техн. ун-т «ХПІ», 2009. – 20 с.

Yelets O. P. Antykryzova skladova upravlinnia mashynobudivnym pidpriemstvom : avtoref. dys. na zdobuttia nauk. stupenia k. e. n. : spets. 08.00.04 / O. P. Yelets. – Kharkiv : Nats. tekhnich. un-t «KhPI», 2009. – 20 s.
4. Про Національну програму сприяння розвитку малого підприємництва в Україні [Електронний ресурс] : Закон України № 2157-14 від 10.06.2012 // Відомості Верховної Ради України. – 2012. – № 7. – Ст. 35. – Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=2157-14>. – Назва з екрана.

Pro Natsionalnu prohramu spriannia rozvytku maloho pidpriemnytstva v Ukraini [Elektronnyi resurs] : Zakon Ukrainy № 2157-14 vid 10.06.2012 // Vidomosti Verkhovnoi Rady Ukrainy. – 2012. – № 7. – St. 35. – Rezhym dostupu: <http://zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=2157-14>. – Nazva z ekrana.
5. Про розвиток та державну підтримку малого і середнього підприємництва в Україні [Електронний ресурс] : Закон України № 4618-17 від 22.03.2012 // Відомості Верховної Ради України. – 2013. – № 3. – Ст. 23. – Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/4618-17>. – Назва з екрана.

Pro rozvytok ta derzhavnu pidtrymku maloho i serednoho pidpriemnytstva v Ukraini : Zakon Ukrainy № 4618-17 vid 22.03.2012 [Elektronnyi resurs] // Vidomosti Verkhovnoi Rady Ukrainy. – 2013. – № 3. – St. 23. – Rezhym dostupu: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/4618-17>. – Nazva z ekrana.
6. Стратегія інноваційної діяльності машинобудівних підприємств: особливості формування, реалізації та оцінювання : [монографія] / О. Є. Кузьмін, С. В. Князь, Н. О. Шпак, Ю. В. Малиновський. – Львів : Видавничий дім «Укрпол», 2009. – 198 с.

- Stratehiia innovatsiinoi diialnosti mashynobudivnykh pidpriemstv: osoblyvosti formuvannia, realizatsii ta otsiniuvannia : [monohrafiia] / O. Ie. Kuzmin, S. V. Kniaz, N. O. Shpak, Iu. V. Malynovskyi. – Lviv : Vydavnychy dim «Ukrpol», 2009. – 198 s.
7. Податковий кодекс України [Електронний ресурс] : № 2755 від 02.12.2010 р. – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/2755-17>. – Назва з екрана.
- Podatkovyi kodeks Ukrainy [Elektronnyi resurs] : № 2755 vid 02.12.2010 r. – Rezhym dostupu: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/2755-17>. – Nazva z ekrana.
8. Програма сприяння розвитку підприємництва у м. Львові на 2011–2013 рр. [Електронний ресурс] : схвалена рішенням виконкому № 172 від 18.02.2011 р. – Режим доступу: http://www8.city-adm.lviv.ua/Pool/Info/doclmr_1.NSF/0/deb8c6e64c6c7213c2257842003a502f?OpenDocument&Click=. – Назва з екрана.
- Prohrama spriannia rozvytku pidpriemnytstva u m. Lvovi na 2011–2013 rr. [Elektronnyi resurs] : skhvalena rishenniam vykonkomu № 172 vid 18.02.2011 r. – Rezhym dostupu: http://www8.city-adm.lviv.ua/Pool/Info/doclmr_1.NSF/0/deb8c6e64c6c7213c2257842003a502f?OpenDocument&Click=. – Nazva z ekrana.
9. Про затвердження Державної програми розвитку машинобудування на 2006–2011 роки [Електронний ресурс] : Постанова Кабінету Міністрів України від 18 квітня 2006 р. № 516. – Режим доступу: <http://www.rada.gov.ua/>. – Назва з екрана.
- Pro zatverdzhennia Derzhavnoi prohramy rozvytku mashynobuduvannia na 2006–2011 roky [Elektronnyi resurs] : Postanova
- Kabinetu Ministriv Ukrainy vid 18 kvitnia 2006 r. № 516. – Rezhym dostupu: <http://www.rada.gov.ua/>. – Nazva z ekrana.
10. Регіональна програма розвитку малого підприємництва у Львівській області на 2011–2012 роки [Електронний ресурс] : затв. рішенням Львівської обласної ради V сесії VI скликання № 125 від 17.05.2011. – Режим доступу: http://www.oblrada.lviv.ua/index.php?option=com_joomdoc&task=doc_details&gid=180&Itemid=161. – Назва з екрана.
- Rehionalna prohrama rozvytku maloho pidpriemnytstva u Lvivskii oblasti na 2011–2012 roky [Elektronnyi resurs] : zatv. rishenniam Lvivskoi oblasnoi rady V sesii VI sklykannia № 125 vid 17.05.2011. – Rezhym dostupu: http://www.oblrada.lviv.ua/index.php?option=com_joomdoc&task=doc_details&gid=180&Itemid=161. – Nazva z ekrana.
11. Черномазюк А. Г. Сучасні тенденції розвитку вітчизняного машинобудування та його ресурсні детермінанти / А. Г. Черномазюк, В. В. Стадник // Вісник Запорізького національного університету. – 2010. – № 2 (6). – С. 91–99.
- Chernomaziuk A. H. Suchasni tendentsii rozvytku vitchyznianoho mashynobuduvannia ta yoho resursni determinanty / A. H. Chernomaziuk, V. V. Stadnyk // Visnyk Zaporizkoho natsionalnogo universytetu. – 2010. – № 2 (6). – S. 91–99.
12. Alekseyev I., Khoma I., Shpak N. Modelling of an impact of investment maintenance on the condition of economic protectability of industrial enterprises // Econtechmod: an international quarterly journal on economics in technology, new technologies and modelling processes, 2013. – Vol. 02. No. 2. – P. 3–8.

Н. Е. Шпак, доктор экономических наук; Т. Ю. Кирилич (Национальный университет «Львовская политехника»). *Регуляторная среда функционирования малых машиностроительных предприятий.*

Аннотация. В статье описана регуляторно-правовая среда функционирования малых машиностроительных предприятий, выделены нормативные акты, принимаемые на государственном, областном и местном уровнях и обеспечивающие поддержку и развитие таких хозяйственных субъектов, структурированы государственные органы, которые отвечают за принятие и выполнение этих регуляторно-правовых актов, способствующих поддержке и информированию малого бизнеса. Показана необходимость консолидирования деятельности малых предприятий и государственных органов областного и местного самоуправления, формирования двустороннего процесса взаимодействия малых предприятий и государственных учреждений, разработки совместных программ как на местном, региональном, так и на общеобластном и государственном уровне. Установлено, что для улучшения ситуации на рынке машиностроения необходимы не только изменение стратегического видения управленцев, но и государственная поддержка и содействие развитию малых предприятий путем разработки комплекса законодательного и нормативно-правового обеспечения, которое учитывало бы специфику малых предприятий и специфику машиностроительного комплекса.

Ключевые слова: малое машиностроительное предприятие, регуляторно-правовая среда, нормативно-правовые акты, государственная поддержка, исполнительные институты.

N. Shpak, Dc. Econ. Sci.; T. Kyrylych (National University «Lviv Politekhnic»). **Regulatory environment functioning of small engineering enterprises.**

Summary. This paper describes the regulatory and legal environment of functioning of small engineering enterprises, specifies regulations adopted at national, regional and local levels providing the support and development of business units, structures public bodies which are responsible for adoption and implementation of regulatory and legal acts and for support and information of small businesses. It is established that the cooperation of small and medium enterprises with the state budget organization «Regional Innovation Centers» in the field of innovative development in fact is weak and needs improvement and active realization. The paper shows the necessity to consolidate the activities of small enterprises and state bodies of regional and local government, to form a two-way process of interaction between small enterprises and state institutions, to elaborate joint programs of development at the local and regional level as well as at the province and state level. It was found that improving the situation in the machine-building market requires not only a change in management strategic vision, but also the state support of development of small business by elaborating complex legislative and regulatory ensuring which takes into account specificity of small business as well as specificity of engineering complex.

Keywords: small engineering enterprise, regulatory and legal environment, regulations, government support, executive institutions.

КОМПЕТЕНТІСНИЙ ПІДХІД ДО УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ

Я. О. БАРИБІНА, кандидат економічних наук;
М. О. ЛИСЕНКО, кандидат економічних наук
(Вищий навчальний заклад Укоопспілки
«Полтавський університет економіки і торгівлі»)

Анотація. У статті надано теоретичне обґрунтування компетентнісного підходу до управління. Визначено особливості застосування цього підходу у сфері готельно-ресторанного бізнесу. Проведено групування компетенцій для підприємств готельно-ресторанного бізнесу з метою ефективного управління ним.

Ключові слова: компетентнісний підхід, компетенції, мотивація, стимулювання, управління, готельно-ресторанний бізнес.

Трансформаційні процеси вже стали постійним фактором розвитку глобального суспільства. Швидкість, напрямки і масштаби цих трансформацій формують нові виклики, на які суспільство змушено не менш швидко реагувати. В таких умовах, саме компетенції стають ключовим фактором розвитку як компаній, так і економік загалом.

Процес управління людськими ресурсами спрямований на розвиток саме тих якостей працівників, які забезпечують високу ефективність їх роботи та перетворюють людські ресурси підприємства на джерело стійкої конкурентної переваги – це основа сучасних концепцій управління людськими ресурсами.

Наявність тісного зв'язку між якісними характеристиками працівника, його поведінкою (діями) в різноманітних виробничих ситуаціях і ефективністю роботи була підтверджена дослідженнями Д. МакКлеланда, Р. Бояцис, Л. М. Спенсера, С. М. Спенсура, С. Холліфорда, С. Уїддет, І. Міллера та інших науковців – засновників компетентнісного підходу. Так, Р. Бояцис стверджує, що «ефективна робота – це досягнення специфічних результатів шляхом визначення дій, продемонструвати які людині дають певні характеристики або здібності». Ці характеристики, які можна просте-

жити в багатьох формах поведінки або в різноманітних діях, називаю компетенціями [1].

Компетенції, згідно з визначенням цього поняття Л. М. Спенсером і С. М. Спенсером, становлять інтегровані моделі поведінки працівників у процесі праці, які містять у собі знання, вміння, навички, мотиви, цінності, суттєво важливі для досягнення стратегічних цілей підприємства [2].

Визначенням переліку необхідних на ринку праці компетенцій займаються такі міжнародні організації, як ЮНЕСКО, ЮНІСЕФ, ПРООН, Рада Європи, Організація європейського співробітництва та розвитку, Міжнародний департамент стандартів тощо.

Міжнародна комісія Ради Європи у своїх документах розглядає поняття компетентності як загальні, або ключові, вміння, базові вміння, фундаментальні шляхи навчання, ключові кваліфікації, кроснавчальні вміння або навички, ключові уявлення, опори, або опорні знання [3].

На думку експертів Ради Європи, компетентності передбачають: спроможність особистості сприймати та відповідати на індивідуальні й соціальні потреби; комплекс ставлень, цінностей, знань і навичок. Експерти країн Європейського Союзу визначають по-

няття компетентностей як «здатність застосовувати знання й уміння», що забезпечує активне застосування навчальних досягнень у нових ситуаціях. В останніх публікаціях ЮНЕСКО поняття компетентності трактується як поєднання знань, умінь, цінностей і ставлень, застосовуваних у повсякденні. На конференції міжнародного рівня, що відбулась завдяки участі ЮНЕСКО, міністерства освіти Норвегії, дійшли згоди щодо трактування поняття компетентності як здатності застосовувати знання та вміння ефективно й творчо в міжособистісних стосунках – ситуаціях, що передбачають взаємодію з іншими людьми в соціальному контексті так само, як і в професійних ситуаціях. Компетентність – поняття, що логічно походить від ставлень до цінностей, та від умінь до знань [4].

На думку експертів, створення умов для набуття необхідних компетентностей протягом усього життя сприятиме:

- продуктивності та конкурентності людини на ринку праці;
- скороченню безробіття завдяки розвиткові гнучкої (адаптивної) та кваліфікованої робочої сили;
- розвиткові середовища для інноваційних перетворень в умовах глобальної конкуренції [5].

Згідно з визначенням Міжнародного департаменту стандартів для навчання, досягнення та освіти (International Board of Standards for Training, Performance and Instruction (IBSTPI)) поняття компетентності визначається як спроможність кваліфіковано провадити діяльність, виконувати завдання або роботу. При цьому поняття компетентності містить набір знань, навичок і ставлень, що дають змогу особистості ефективно діяти або виконувати певні функції, спрямовані на досягнення певних стандартів у професійній галузі або певній діяльності [6].

З 80-х рр. Організація економічного співробітництва та розвитку (ОЕСР) займається дослідженням теоретичних і концептуальних знаньсвих засад, навичок і компетентностей і їх співвідношень між собою у системах освіти різних країн. ОЕСР детально розглядає та спрямовує нині свою діяльність на проблему

впровадження компетентностей у зміст освіти. Зокрема ОЕСР декларує такі положення:

- формування компетентностей є результатом взаємодії багатьох різноманітних чинників;
- сучасне життя водночас вимагає від людини набуття певного набору, комплексу компетентностей, які називаються ключовими;
- вибір найважливіших загальних ключових компетентностей має відбуватися на фундаментальному рівні, враховуючи актуальні світоглядні ідеї щодо суспільства й індивідуума та їх взаємодії;
- має бути врахований також вплив культурного й інших контекстів того чи того суспільства, країни;
- на відбір та ідентифікацію ключових компетентностей впливають суб'єктивні чинники, пов'язані із самою особистістю: вік, стать, соціальний статус тощо;
- щоб визначити та відібрати ключові компетентності, це повинні широко обговорювати різні фахівці та представники різноманітних соціальних груп [7].

Саме за таких умов, на нашу думку, необхідно здійснювати відбір, ідентифікацію ключових компетентностей населення та визначати індикатори їх розвитку.

Федеральний статистичний департамент Швейцарії та Національний центр освітньої статистики США й Канади 1997 р. започаткували програму «Визначення та відбору компетентностей: теоретичні й концептуальні засади» (скорочена назва «DeSeCo») [3], зокрема група експертів із різних галузей – освіти, бізнесу, праці, здоров'я, представники міжнародних, національних освітніх, державних і недержавних організацій тощо. Ця програма («DeSeCo») зробила значну спробу систематизувати й узагальнити досвід багатьох країн.

Експерти програми «DeSeCo» визначають поняття компетентності (competency) як здатність успішно задовольняти індивідуальні та соціальні потреби, діяти й виконувати поставлені завдання. Кожна компетентність побудована на поєднанні взаємовідповідних пізнавальних ставлень і практичних навичок, цінностей, емоцій, поведінкових компонентів,

знань і вмінь, усього того, що можна мобілізувати для активної дії [3].

У такій ситуації актуальності набуває дослідження та застосування компетентнісного підходу до управління підприємствами готельно-ресторанного бізнесу. Компетентнісний підхід є предметом досліджень таких учених, як В. Вербицький, Г. Зайчук, Е. Зеєра, І. Зимна, Д. Заводчикова, Н. Мурована, О. Овчарук, О. Пометун, М. Пустовий, М. Сосніна, Н. Табачук, М. Філатова, А. Хуторський, Ю. Швалб, Н. Амінова, Л. Боголюбова (соціальна компетентність); Л. Антропова, С. Рогожкіна, О. Фадейкіна (комунікативна компетентність); А. Белкіна, А. Бусигіної, М. Лобанової, В. Нестерова (педагогічна компетентність); Н. Витківської (інформаційна компетентність); П. Шендерова (дослідницька компетентність), G. Moskowitz, R. Oxford, R. Scarcella, E. Tarone, G. Yule та ін.

Проблеми управління формуванням професійних компетенцій розглянув І. Беліх [8]. Але, незважаючи на інтерес науковців, проблема теоретичного методичного обґрунтування компетентнісного підходу залишається досі актуальною.

Компетентнісний підхід означає поступову переорієнтацію домінуючої освітньої парадигми з переважаючою трансляцією знань, формуванням навичок, створення умов для оволодіння комплексом компетенцій, які означають потенціал, здатність випускника до виживання і стійкої життєдіяльності в умовах сучасного багатоаспектного соціально-політичного, ринково-економічного, інформаційно та комунікаційно насиченого простору [9]. Компетентнісний підхід відображає інтегральний прояв професіоналізму, в якому поєднуються елементи професійної і загальної культури, досвіду фахової діяльності та творчості, що конкретизується у певній системі знань, умінь, готовності до професійного виконання поставлених завдань і розв'язання назрілих проблем [12].

Одним із визначальних параметрів визначення конкурентоспроможності підприємств готельно-ресторанного бізнесу є його персонал.

Управління персоналом розуміють як комплекс взаємопов'язаних економічних, органі-

заційних, соціально-психологічних методів, що забезпечують ефективність трудової діяльності та конкурентоспроможність організації. Управління персоналом можна розглядати із двох позицій – як процес, тобто послідовність дій, і як систему, тобто сукупність взаємопов'язаних і взаємодіючих один із одним і з зовнішнім середовищем елементів [2].

Тоді як окремих готель має обмежені можливості, воно може розширити свої можливості шляхом формування партнерства між готелями в межах асоціації готельєрів. У рамках такого партнерства готельні підприємства можуть обмінюватися інформацією про технології та процеси, утворюючи міжнародні готельні ланцюги з метою поліпшення технології, якості продукції та доставки.

При будь-якому виборі, щоб працювати в цьому висококонкурентному середовищі власникам і менеджерам готельно-ресторанного бізнесу необхідно змінити свої бізнес і філософію управління, підходи та режими роботи, бути орієнтованими на розвиток людського потенціалу та поліпшення організаційного навчання на збільшення швидкості та гнучкості.

На допомогу компанії в такому випадку може бути запропоновано використання компетентнісного підходу.

Кожній підприємство у сфері готельно-ресторанного бізнесу необхідно самому пройти процес розробки власної моделі компетенції, оскільки кожен готель унікальний і працює за «своїми» правилами.

Менеджеру з персоналу не під силу самотужки впоратися з цією роботою, оскільки такі проекти надзвичайно ресурсомісткі з погляду затрачених зусиль на реалізацію їх можливостей. Тому менеджеру з персоналу готельно-ресторанного бізнесу життєво необхідна допомога керівництва, лінійних менеджерів і досвідчених працівників. Щоб управління персоналом було ефективним, необхідно реалізувати основні функції планування, організацію, мотивацію та контроль, в сонові яких має бути покладений компетентнісний підхід, а саме: планування персоналу з певним пріоритетним набором компетенцій, мотивація та стимулювання персоналу із застосуванням систем і грейдів, в основі якої лежать компе-

тенції; контроль відповідності посаді через оцінку компетентностей. З метою розуміння використання компетенцій в управлінні персоналом готельно-ресторанного бізнесу пропонуємо їх групувати за видами.

Види компетенцій:

1. Корпоративні, або ключові, – застосовуються до будь-якої посади в організації. Корпоративні компетенції ґрунтуються на цінностях компанії, які фіксуються в таких корпоративних документах, як стратегія, кодекс корпоративної етики тощо. Розробка корпоративних компетенцій є частиною роботи з корпоративною культурою компанії, підприємства. Оптимальна кількість корпоративних компетенцій становить 5–7.

2. Управлінські, або менеджерські, – необхідні керівникам для успішного досягнення бізнес-цілей. Вони розробляються для співробітників, зайнятих управлінською діяльністю і мають працівників у лінійному або функціональному підпорядкуванні. Керуючі компетенції можуть бути схожі для керівників в різних галузях і включають, наприклад, такі компетенції, як: «Стратегічне бачення», «Управління бізнесом», «Робота з людьми» і т. д.

3. Професійні та методологічні – можуть застосовуватися щодо певної групи посад. Складання професійних компетенцій для всіх груп посад в організації є дуже трудомістким і довготривалим процесом. Але основними серед них є такі: концептуальні вміння, вміння розв'язувати проблеми, ораторські здібності, ефективна робота з текстами, використання і пристосування інформації до специфічного контексту, вміння та компетенції у письмовій комунікації, специфічні знання туристичної галузі, знання основ інформаційних і комунікаційних технологій, основ фінансового менеджменту, економіки та права, основ менеджменту, мовні компетенції.

4. Соціальні та комунікаційні компетенції – це вміння вирішувати конфлікти, вміння працювати в соціальних мережах, соціальні та командні здібності, здібність і бажання до змін, вміння адаптуватися, проактивні комунікаційні здібності, здібності активного слухання і сприйняття, загальні комунікаційні здібності.

5. Персональні компетенції також відіграють дуже важливу роль, це вміння до самомотивації і бажання вчитися, ініціативність і персональна відповідальність, самоменеджмент, емпатія, самоусвідомлення, емоційний інтелект, здатність до роботи під тиском, міжкультурні здібності.

6. Компетенції характеру діяльності передбачають здатність людини до креативності, ініціативності, вміння приймати рішення, наполегливість, інноваційний дух, вміння визначати цілі й орієнтуватися на них.

7. Сервісна компетентність розглядається як здатність підтримувати прямі контакти, відстежувати потреби споживачів послуг і контролювати своєчасне їх задоволення, швидко адаптуватися й ефективно працювати у різних ситуаціях (у тому числі складних, конфліктних), виявляти гнучкість у розв'язанні проблем, пристосовуватися до різних потреб споживачів послуг, формувати перелік нових потреб і послуг.

Практика показує, що деякі організації застосовують тільки ключові компетенції, інші розробляють і використовують тільки управлінські для проведення оцінки топ-менеджерів, а частина компаній розробляє спеціальні компетенції тільки для працівників департаменту продажу.

Для збору інформації можна використовувати такі методи:

- спостереження за діяльністю працівників. Ефективно застосовувати саме у сфері готельно-ресторанного бізнесу, оскільки є можливість спостерігати за роботою персоналу в контактних зонах;

- проведення опитувань співробітників і керівників;

- інтерв'ювання співробітників і керівників. Доцільно проводити з 1–2 співробітниками підрозділу, які показують у своїй роботі найкращий результат. Це дозволить інтерв'юєру зібрати інформацію про те, як співробітники діють у переважній більшості бізнес-ситуацій, щоб потім виокремити стандарти поведінки, які будуть згруповані в необхідні компетенції;

- мозковий штурм (обговорення для керівників). Може бути проведений у кожному структурному підрозділі, якщо кількість під-

розділів у компанії не перевищує 12–15. До участі в мозковому штурмі необхідно запрошувати провідних і шанованих фахівців відділу;

- робочі групи. Проводяться зі співробітниками суміжних підрозділів, у тих випадках, коли вони тісно взаємодіють і можуть охарактеризувати те бізнес-поведінку колег, яке є найбільш ефективним, а також із керівниками відділів;

- метод репертуарних решіток. Дозволяє виявляти індикатори найефективніших співробітників. Керівник послідовно описує, які корисні якості проявляє кожен підлеглий у роботі. У результаті складається таблиця у вигляді решітки з прізвищами працівників і їх індикаторами;

- метод критичних інцидентів. Дозволяє визначити поведінкові реакції, наявність яких важлива в критичній ситуації. Структуроване інтерв'ю, в ході якого інтерв'юваний розповідає про реальні випадки в його роботі, в ході яких були допущені серйозні промахи або, навпаки, досягнуті успіхи;

- метод прямих атрибутів. П'яти-шести ключовим менеджерам пропонуються картки з описом уже готових компетенцій. Керівники вибирають картки тільки з тими компетенціями, які відповідають найбільш важливих завданням компанії.

Чим більше компетенцій містить модель, тим важче її застосувати. У надто складній моделі важко виокремити конкретні компетенції, оскільки відмінності між окремими компетенціями можуть бути невеличкими.

Важливе значення має опрацювання рівнів моделі компетенцій.

Робота на цьому етапі починається з визначення кількості рівнів, які включатиме кожна з компетенцій. Практика показує, що, зазвичай, компетенції поділяють на 3–5 рівнів. Більша кількість рівнів ускладнює використання моделі в ході проведення оціночних заходів. Рекомендується починати з визначення допустимого мінімального та бажаного максимального рівнів розвитку компетенцій. Деякі компетенції включають нульовий і навіть негативний рівень, тобто ситуації, коли співробітник не те, що не демонструє бажану поведінку, а вчиняє дії, зворотні необхідним.

Рівні можуть бути пронумеровані як перший, другий, третій; а можуть називатися так: рівні розвитку, компетенції, майстерності.

Важливо, щоб поведінка, що описується в рівнях компетенцій, реально демонстрував співробітник на практиці. Також важливо, щоб опис рівнів дійсно відрізнявся один від одного.

Отже, зазначимо, що групування компетенцій, представлене вище, дозволяє сформувати профілі компетенцій під конкретні посади підприємств готельно-ресторанного господарства.

Результатом проекту зі створення корпоративної моделі компетенцій підприємств готельно-ресторанного бізнесу повинні стати профілі компетенцій, розроблені для кожної посади. У ході цього етапу можливо перевірити, наскільки компетенції точно відповідають усім робочим ролям, існуючим у компанії. Якщо для якоїсь посади створення профілю буде надто складним процесом, то необхідно ще раз перевірити валідність вироблених компетенцій.

Розробка профілів – хороший спосіб для тестування і можливого коректування моделі компетенцій, а також для отримання зворотного зв'язку від лінійних керівників, провідних фахівців про використання компетенцій як інструменту. Профіль компетенцій – список компетенцій стосовно конкретної посади. Він визначає не тільки те, що очікується від співробітників, але і те, як їм слід діяти. Вважаємо, що саме компетентісний підхід слід покласти в основі управління підприємства готельно-ресторанного господарства.

ЛІТЕРАТУРА

1. Богатирьов А. М. Компетентісний підхід щодо управління людськими ресурсами підприємства / А. М. Богатирьов, К. М. Столярська // Вісник соціально-економічних досліджень. – 2012. – № 2 (45). – С. 24–28.

Bohatyrov A. M. Kompetentnisnyi pidkhid shchodo upravlinnia liudskymy resursamy

- pidpriemstva / A. M. Bohatyrov, K. M. Stoliarska // Visnyk sotsialno-ekonomichnykh doslidzhen. – 2012. – № 2 (45). – S. 24–28.
2. Арапова О. М. Компетентнісний підхід як чинник підвищення конкурентоспроможності підприємства / О. М. Арапова, В. П. Фрідріф, В. А. Модирка // ЕКОНОМІКА: реалії часу. – 2013. – № 1 (6). – С. 207–211.

Arapova O. M. Kompetentnisnyi pidkhid yak chynnyk pidvyshchennia konkurentospromozhnosti pidpriemstva / O. M. Arapova, V. P. Fridrif, V. A. Modyrka // EKONOMIKA: realii chasu. – 2013. – № 1 (6). – S. 207–211.
 3. Definition and Selection of Competencies. Theoretical and Conceptual Foundations (DESECO). Strategy Paper on Key Competencies. An Overarching Frame of Reference for an Assessment and Research Program – OECD (Draft) [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.oecd.org/edu/skills.../41529556.pdf. – Назва з екрана.
 4. Quality education and competencies for life / Workshop 3 / Background Paper 2004. – P. 6.
 5. Компетентнісний підхід у сучасній освіті: світовий досвід та українські перспективи: Бібліотека з освітньої політики / під заг. ред. О. В. Овчарук. – Київ : К.І.С., 2004. – 112 с.

Kompetentnisnyi pidkhid u suchasni osviti: svitovyi dosvid ta ukrainski perspektyvy: Biblioteka z osvitnoi polityky / pid zah. red. O. V. Ovcharuk. – Kyiv : K.I.S., 2004. – 112 s.
 6. Ruchen Dominique S. Key Competencies for a Successful Life and a Well Functioning Society / Ruchen Dominique S. Key. – Germany : Hogrefe & Huber Publishers, 2003. – С. 4–5.
 7. Белых И. Формирование профессиональных компетенций: проблема управления / И. Белых // Высшее образование в России. – 2006. – № 11. – С. 46–49.

Belykh I. Formirovaniye professionalnykh kompetentsiy: problema upravleniya / I. Belykh // Vyssheye obrazovaniye v Rossii. – 2006. – № 11. – S. 46–49.
 8. Селевко Г. Компетентности и их классификация / Селевко Г. // Народное образование. – 2004. – № 4. – С. 138–143.

Selevko G. Kompetentnosti i ikh klassifikatsiya / Selevko G. // Narodnoye obrazovaniye. – 2004. – № 4. – S. 138–143.
 9. Дубасенюк О. А. Концептуальні підходи до професійнопедагогічної підготовки сучасного педагога / Дубасенюк О. А. – Житомир : Вид-во ЖДУ ім. Івана Франка, 2011. – 114 с.

Dubaseniuk O. A. Kontseptualni pidkhody do profesiinopedahohichnoi pidhotovky suchasnoho pedahoha / Dubaseniuk O. A. – Zhytomyr : Vyd-vo ZhDU im. Ivana Franka, 2011. – 114 s.

Я. А. Барыбина, кандидат экономических наук; **М. А. Лысенко**, кандидат экономических наук (Высшее учебное заведение Укоопсоюза «Полтавский университет экономики и торговли». **Компетентный подход к управлению персоналом гостинично-ресторанного бизнеса.**

Аннотация. В статье представлено теоретическое обоснование компетентного подхода к управлению. Определены особенности применения данного подхода в сфере гостинично-ресторанного бизнеса. Проведена группировка компетенций для предприятий гостинично-ресторанного бизнеса с целью эффективного управления им.

Ключевые слова: компетентностный подход, компетенции, мотивация, стимулирование, управление, гостинично-ресторанный бизнес.

Y. Barybina *Cand. Econ. Sci.*; **M. Lysenko**, *Cand. Econ. Sci.* (Poltava University of Economics and Trade). **Competency approach to HRM of hotel and restaurant industry enterprises.**

Summary. Business application are identified. The main competencies at hotel and restaurant business were grouped to manage them more effective.

Keywords: competency approach, competencies, motivation, stimulation, management, hotel and restaurant business.

ЕФЕКТИВНІСТЬ КЛАСТЕРНОГО ПІДХОДУ В ПРОМИСЛОВОМУ СВИНАРСТВІ

В. М. ОРЕЛ, кандидат економічних наук
(Миколаївська філія ПВНЗ «Європейський університет»)

Анотація. У статті розглянуто та показано високу ефективність кластерного підходу для розвитку промислового свинарства та підвищення конкурентоспроможності територій як одного з елементів цілісної інвестиційної та інноваційної структури країни. Мета статті – розробити й обґрунтувати систему інтенсивного виробництва свинини на основі кластерного підходу з включенням у процес виробництва існуючих потужностей, а також визначення способів удосконалення окремих складових економічного механізму в аграрній сфері. Результати дослідження показали, що ціни на окремі види м'яса не дозволяють сільськогосподарським товаровиробникам здійснювати не тільки розширене, а й просте відтворення. Тому необхідно розробити додаткові заходи адресної прямої державної підтримки сільськогосподарського виробництва.

Ключові слова: кластерний підхід, кластери, саморегульована організація, конкурентоспроможність, м'ясний кластер, компенсаційно-витратний підхід, розподіл субсидій.

Ефективність кластерного підходу полягає у можливості його використання під час створення в регіонах нових потужностей для виробництва м'яса свиней завдяки кооперації, а також поєднання державної підтримки з приватними інвестиціями. Наразі об'єднання держави та приватного сектора проходить досить важко, а також встановлення організаційно-правових форм, тому цю тему потрібно більш глибоко та ретельно дослідити.

Питання ефективності кластерного підходу в промисловому свинарстві порушують у своїх дослідженнях С. А. Володін, К. М. Гірняк, С. А. Гнатюк, М. В. Калінчик, О. В. Мазуренко, В. Я. Месель-Веселяк, Н. В. Оляднічук, В. П. Рибалко та ін. При цьому слід відзначити, що автори по-різному трактують об'єкти перевірки та дослідження.

Метою дослідження є розробка й обґрунтування системи інтенсивного виробництва свинини на основі кластерного підходу з включенням у процес виробництва існуючих потужностей, а також визначення шляхів удосконалення окремих складових економічного механізму в аграрній сфері.

Сьогодні кластерний підхід визнаний на державному рівні одним із пріоритетів регіо-

нального розвитку, що припускає поділ економіки країни не стільки по територіях, скільки за технологіями. При кластерному підході у фокусі розвитку знаходиться не галузь, а сукупність промислових об'єктів і підприємств часто з абсолютно різних галузей, об'єднаних створенням спільного продукту і використанням спільних технологій.

Кластер з розвитку свинарства будується на принципах міжгалузевої та міжтериторіальної кооперації, а також на основі поєднання державної підтримки з приватними інвестиціями.

Оскільки кластери – «неформальні об'єднання», то і відносини в них не формалізовані, вони в значній мірі будуються на довірі, компетентності та сумлінності учасників [1]. До вже діючої моделі кластера з розвитку свинарства в Херсонській області запропонуємо таку (рис. 1).

Як координуючий і сполучний елемент усіх учасників кластера слід створити саморегульовану організацію, що складається з представників учасників центрів компетенції кластера, який займається розробкою і встановленням стандартів і правил виробничої діяльності в рамках кластера, а також контролем за дотриманням вимог таких стандартів і правил.

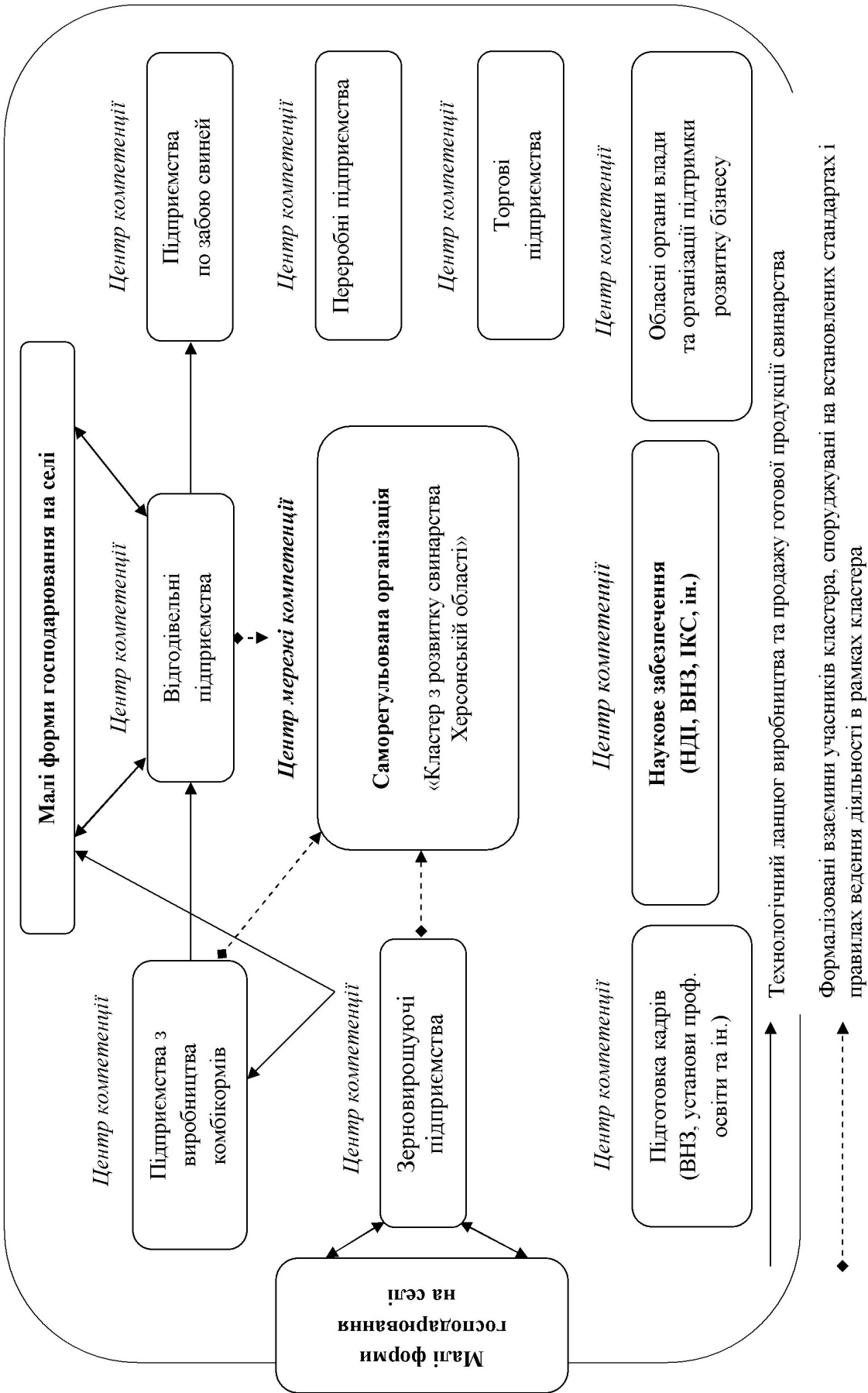


Рис. 1. Пропонована модель кластера з розвитку свинарства в Херсонській області

Додатково пропонуємо задіяти таких учасників кластера, як малі форми господарювання на селі – ФГ і ЛПГ. ФГ, що спеціалізуються на виробництві зернових, можуть бути задіяні на основі системи субконтракту в діяльності зерновипускаючих підприємств або підприємств з виробництва комбікормів. Окремі ФГ можуть бути задіяні на вирощуванні та відгодівлі свиней за договорами з відгодівельними підприємствами або підприємствами із забою свиней. Причому ця взаємодія може бути не тільки двостороння, але і багатостороння, через саморегульовану організацію [2].

Ще одним центром компетенції в пропонуваній моделі кластера з розвитку свинарства в Херсонській області має стати наукове забезпечення діяльності всіх учасників кластера.

Зацікавленість в об'єднанні та співробітництві в рамках кластерного утворення проявиться насамперед у можливості поділу витрат і ризиків між учасниками кластера, які можуть виявитися більш високими для підприємства поза кластером. Тому всередині м'ясного кластера необхідно розробити особливі схеми взаєморозрахунків між його учасниками, такі як обмін, розподіл доходів тощо. Це сприятиме поліпшенню умов господарювання товаровиробникам м'яса, а також дозволить розширити сферу діяльності для інших учасників об'єднання, які не пов'язані безпосередньо з виробництвом і збутом м'яса.

У м'ясному кластері необхідно відводити особливу роль торгово-фінансовому блоку. Для підприємств, що входять у м'ясний кластер, необхідно розробити особливу схему надання фінансових послуг, суть якої повинна буде полягати в ефективному розподілі фінансових ресурсів усередині кластера. Якщо відсотки за вкладками і позиками у кредитних організаціях м'ясного кластера прирівняти до ставки рефінансування Центрального банку, то це, безумовно, приверне увагу потенційних учасників кластера, від імені яких, у свою чергу, буде потрібно здійснювати всі свої розрахунково-касові операції в кредитних організаціях кластера.

Кредитний портфель банківських структур кластера доцільніше формувати за рахунок вкладів учасників кластера, що захистить кре-

дитні організації від додаткових ризиків, враховуючи те, що відсотки по кредитах і внесках будуть рівні, викличе інтерес у позичальників, які матимуть можливість захистити свої фінансові ресурси від інфляційних процесів.

Входження в м'ясний кластер підприємств, що здійснюють постачальницьку, обслуговуючу і торговельну діяльність, а також підприємств, чия діяльність не має прямих зв'язків із агропромисловим комплексом регіону, в перспективі, крім особливих схем взаєморозрахунків і стратегії розподілу фінансових ресурсів, сприяє відкриттю безлічі інших важливих можливостей, а саме:

- упровадження результатів науково-дослідних робіт;
- обмін досвідом та інформаційне забезпечення;
- вихід на нові ринки збуту;
- кадрове забезпечення та обмін кадрами;
- додаткова реклама;
- спільна діяльність у здійсненні різних проектів.

Безумовно, перерахований список можливостей не є вичерпним. Слід зазначити, що чимала роль у становленні м'ясного кластера відводиться органам влади Херсонській області та державним службам, особливо у вирішенні питань і завдань, пов'язаних із державною підтримкою, розвитком інфраструктури, представленням інтересів на державному рівні влади і т. д.

Створення м'ясного кластера виключно важливо при формуванні сучасного цивілізованого ринку м'яса на території Херсонської області, який має розвинену інфраструктуру. При цьому стратегія, спрямована на створення міцної сировинної бази на ринку м'яса в Херсонській області шляхом підвищення ефективності його виробництва, заснована на тісному кооперуванні, активній діловій взаємодії, буде сприяти розвитку всіх складових м'ясного кластера в Херсонській області та забезпечить необхідні конкурентні переваги над іншими учасниками ринку.

З метою обґрунтування необхідності посилення державного впливу на ринок м'яса Херсонській області досліджені характер і ступінь державного впливу на діяльність основних

суб'єктів цього ринку – сільськогосподарських товаровиробників.

Слід відзначити необхідність підвищення ефективності розподілу державної фінансової підтримки шляхом її перерозподілу з не-ефективних галузей економіки в найбільш перспективні з метою досягнення намічених результатів, зокрема з питання збільшення самозабезпеченості м'ясом.

З огляду на вступ України до СОТ, необхідно шукати особливих методів розподілу прямої державної підтримки, які значно вплинули б на зміну співвідношення собівартості та ціни реалізації на користь товаровиробників м'яса. В основі цих методів доцільно поєднати два чинники: визначення необхідного розміру субсидії товаровиробникам м'яса і її ефективного розподілу [3].

Удосконалення заходів державної підтримки товаровиробників м'яса набуває особливої актуальності в такій області як Херсонська. Аналіз сучасного стану та перспектив розвитку ринку м'яса Херсонській області показав, що у населення регіону на-самперед користується попитом якісна продукція з м'яса місцевих сільськогосподарських товаровиробників, навіть незважаючи на її ціну й упаковку. Крім цього, географічне розташування регіону та наявні внутрішні виробничі можливості дають місцевим товаровиробникам певні конкурентні переваги перед закордонними експортерами м'яса.

Спираючись на наявні в сучасній науковій літературі методики державної підтримки сільськогосподарського виробництва, ми пропонуємо методичний підхід до визначення необхідного розміру субсидій на м'ясо для товаровиробників регіону.

В основі запропонованого розрахунку розміру субсидій закладений компенсаційно-витратний підхід, тобто виробнику компенсується різниця між ринковою ціною, яку може оплатити споживач, і необхідними матеріальними витратами на виробництво продукції. Отже, розмір субсидії визначається з урахуванням питомої ваги витрат на виробництво і реалізацію продукції, тобто рівень державної підтримки визначається залежно від роз-

міру перевищення собівартості над ціною реалізації.

Розмір субсидії пропонується розраховувати за такою формулою:

$$P_{Ci} = P_{Pi} \cdot Z_i \cdot K_{поді} \cdot K_{погі},$$

де P_{Ci} – розмір субсидії i -го виду продукції;

P_{Pi} – обсяг реалізації i -го виду продукції;

Z_i – витрати на виробництво одиниці i -го виду продукції;

$K_{поді}$ – коефіцієнт державної підтримки i -го виду продукції;

$K_{погі}$ – коефіцієнт зміни поголів'я сільськогосподарських тварин для виробництва i -го виду продукції.

Коефіцієнт підтримки розраховується за такою формулою:

$$K_{под} = 1 - C/C, \text{ при } K_{под} \geq 0,$$

де C – ціна реалізації 1 т продукції, грн;

C – собівартість 1 т продукції, грн.

Коефіцієнт зміни поголів'я розраховується за такою формулою:

$$іпог = Q_{отч}/Q_{баз},$$

де Q – поголів'я сільськогосподарських тварин [4].

Досить важливою складовою є наявність стимулюючого коефіцієнта – коефіцієнт зміни поголів'я сільськогосподарських тварин. Як показав аналіз українського ринку м'яса, скорочення пропозиції м'яса було викликано, більшою мірою, зниженням поголів'я свиней.

У ході практичної реалізації запропонованого розрахунку розміру субсидії на м'ясо на матеріалах Херсонської області було виявлено, що рівень державної фінансової підтримки товаровиробників м'яса буде залежати від рівня використання їх виробничого потенціалу.

Розрахунки показали, що розмір субсидії в районах Херсонської області у разі збільшення виробництва м'яса може досягти

7,39 грн на кожен 1 кг м'яса, що, загалом, дозволить досягти підприємству необхідного рівня рентабельності для здійснення простого відтворення.

З метою найбільш ефективного розподілу субсидій між сільськогосподарськими підприємствами претендувати на отримання компенсаційних виплат будуть найбільш сильні й адаптовані до ринкових умов підприємства, що сприяє максимальному виключенню заохочення неефективного виробництва.

У регіонах, де особливе місце на ринку м'яса відводиться громадянам, провідним особистим підсобним господарствам, які є економічно і соціально важливими суб'єктами ринку, розподіл субсидій між цими суб'єктами ринку запропоновано здійснювати через збутові споживчі кооперативи.

Реалізація м'яса громадянами, провідними особистими підсобними господарствами через збутові споживчі кооперативи дозволить цим формам господарювання досягти паритету з більш крупними учасниками ринку, створить рівні умови для отримання державних субсидій у регіоні.

Практичне застосування запропонованого розподілу субсидій серед сільськогосподарських товаровиробників м'яса дозволить:

- відшкодувати різницю між ціною продажу та собівартістю продукції, а отже, підвищити доходи сільськогосподарських виробників;
- більш обґрунтовано виявляти та прогнозувати найбільш вигідну для виробництва продукцію;
- стимулювати збільшення виробництва м'яса за рахунок прямої залежності розміру субсидій від показників, що характеризують ефективність використання виробничого потенціалу;
- створити однакові умови господарювання для всіх виробників м'яса, що сприятиме розвитку здорової конкуренції [5].

Практичне застосування запропонованих заходів на території Херсонської області, а також у схожих за рівнем розвитку та спрямованістю сільськогосподарського виробництва регіонах, дозволить поліпшити умови господарювання суб'єктів ринку м'яса, більш повно

задовольняти потреби населення регіону та країни в цьому виді продукції.

Результати дослідження показали, що ціни на окремі види м'яса не дозволяють сільськогосподарським товаровиробникам здійснювати не тільки розширене, а й просте відтворення. Отже, необхідно розробити додаткові заходи адресної прямої державної підтримки сільськогосподарського виробництва. Однак, у сучасних умовах таку ініціативу досить складно втілити в життя. По-перше, це зумовлено обмеженістю бюджетів, а, по-друге, це не зовсім вкладається у стратегію розвитку країни, особливо на тлі вступу до Світової організації торгівлі (СОТ).

ЛІТЕРАТУРА

1. Андрійчук В. Г. Економіка аграрних підприємств : підручник / В. Г. Андрійчук. – 2-ге вид., доп. і перероб. – Київ : КНЕУ, 2002. – 624 с.

Andriichuk V. H. Ekonomika ahrarnykh pidpriemstv : pidruchnyk / V. H. Andriichuk. – 2-he vyd., dop. i pererob. – Kyiv : KNEU, 2002. – 624 s.
2. Вітков М. С. Розвиток інвестиційної політики в сільському господарстві України / М. С. Вітков // Економіка АПК. – 2005. – № 1. – С. 54–57.

Vitkov M. S. Rozvytok investytsiinoi polityky v silskomu hospodarstvi Ukrainy / M. S. Vitkov // Ekonomika APK. – 2005. – № 1. – S. 54–57.
3. Гірняк К. М. Теоретичні критерії ефективності підприємств з виробництва свинини / К. М. Гірняк // Науковий вісник Львівського національного університету ветеринарної медицини і біотехнологій ім. С. З. Гжицького. – 2009. – Т. 11, № 2 (41), ч. 5. – С. 19.

Hirniak K. M. Teoretychni kryterii efektyvnosti pidpriemstv z vyrobnytstva svyny-

ny / K. M. Hirniak // Scientific Bulletin of National University of Lviv veterinary medicine and biotechnology im. S. Z. Gzhytsko. – 2009. – T. 11, № 2(41), ch. 5. – S. 19.

4. Дієсперов В. С. Ефективність виробництва у сільськогосподарському підприємстві : монографія / В. С. Дієсперов. – Київ : ННЦ ІАЕ, 2008. – 340 с.

Diiesperov V. C. Efektyvnist vyrobnytstva u silskohospodarskomu pidpriemstvi :

monohrafiia / V. C. Diiesperov. – Kyiv : NNTs IAE, 2008. – 340 s.

5. Калінчик М. В. Ефективність виробництва та розвиток ринку свинини / М. В. Калінчик, М. М. Ільчук, Т. М. Одинцова. – Київ : Нічлава, 2005. – 13 с.

Kalinchik M. V. Efektyvnist vyrobnytstva ta rozvytok rynku svynyny / M. V. Kalinchyk, M. M. Ilchuk, T. M. Odyntsova. – Kyiv : Nichlava, 2005. – 13 s.

V. H. Orel, кандидат экономических наук (Николаевский филиал ЧВУЗ «Европейский университет»). **Эффективность кластерного подхода в промышленном свиноводстве.**

Аннотация. В данной статье рассмотрены и показана высокая эффективность кластерного подхода для развития промышленного свиноводства и повышения конкурентоспособности территорий как одного из элементов целостной инвестиционной и инновационной структуры страны. Цель статьи – разработка и обоснование системы интенсивного производства свинины на основе кластерного подхода с включением в процесс производства существующих мощностей, а также определение путей совершенствования отдельных составляющих экономического механизма в аграрной сфере. Результаты исследования показали, что цены на отдельные виды мяса не позволяют сельскохозяйственным товаропроизводителям осуществлять не только расширенное, но и простое воспроизводство. В связи с этим необходима разработка дополнительных мер адресной прямой государственной поддержки сельскохозяйственного производства.

Ключевые слова: кластерный подход, кластеры, саморегулируемая организация, конкурентоспособность, мясной кластер, компенсаторно-затратный подход, распределение субсидий.

V. Orel, Cand. Econ. Sci. (Nicholas branch PVNZ «European University»). **Efficiency cluster approach in industrial hogbreeding.**

Summary. This article describes and shows the high efficiency of the cluster approach to the development of the industrial pig farming and increasing the competitiveness of territories as an element of an integrated investment and innovation structure of the country. Purpose of the article - the development and support of the system of intensive pork production on the basis of a cluster approach with the inclusion of the production process of existing facilities, as well as ways to improve the definition of the individual components of the economic mechanism in the agricultural sector. The results showed that the prices of certain types of meat does not allow agricultural producers to implement not only expanded, but a simple reproduction. In this regard, the need for additional measures targeted direct state support of agricultural production.

Keywords: cluster approach, clusters, self-regulatory organization competitiveness cluster beef, compensation-cost approach, the distribution of subsidies.

ІНСТИТУЦІЙНІ ПЕРЕДУМОВИ СТВОРЕННЯ ТА ФУНКЦІОНУВАННЯ СИСТЕМИ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВА

О. В. ІЛЛЯШЕНКО, кандидат економічних наук
(Східноукраїнський національний університет імені Володимира Даля,
м. Сєверодонецьк)

Анотація. Метою статті є визначення впливу стану та характеру впливу інституційного середовища на економічну безпеку підприємства та складність системи економічної безпеки. У статті розглянуто зміст понять «інституції» та «інституційне середовище». Розкрито вплив інституційного середовища на створення та функціонування системи економічної безпеки підприємства: визначення мінімального рівня трансакційних витрат, рівня захисту інтересів і прав підприємства державними агентами, визначення повноважень влади державних агентів, спроможності підприємства відстоювати свої інтереси та права у взаємодії із суб'єктами зовнішнього середовища, визначення міри захисту прав, майна та інтересів підприємства, прогнозованості зовнішнього середовища підприємства як головного джерела загроз.

Ключові слова: підприємство, економічна безпека, система, функціонування, інституційне середовище, вплив.

Результативність системи економічної безпеки підприємства дуже великою мірою залежить від ефективності інституційної бази суспільства – сукупності економічних, політичних і соціальних інституцій. Інституційні передумови створюють умови для руху інформації (нормативної, неофіційної), формування корпоративної культури підприємства, а у сфері економічної безпеки – формування інформаційної бази для розроблення та прийняття управлінських рішень щодо безпекозабезпечувальної діяльності підприємства. Інституційні передумови функціонування системи економічної безпеки підприємства дозволяють налагодити взаємозв'язок підприємства із зовнішнім середовищем, що має велике значення, адже більшість загроз, на попередження реалізації яких спрямована безпекозабезпечувальна діяльність підприємства, які також є причиною виникнення внутрішніх загроз, надходять саме із зовнішнього середовища. Тому дослідження сутності інституційних передумов є вкрай важливим для функціонування системи економічної безпеки підприємства.

Поняття «інституція» є базовою категорією та аналітичним інструментарієм інституціоналізму¹. Функціональне призначення інституцій полягає у визначенні рамок обмежень реалізації економічної мотивації та поведінки суб'єктів господарювання, економічних виборів, стосунків і процесів. Дія правил і санкцій створює необхідний рівень громадського порядку, робить економічне життя більш стабільним і передбачуваним. Ефективність функціонування інституцій залежить як від їх якості, так і від загальності та дієвості спонукальних механізмів до їх дотримання [4].

Тлумачення поняття «інституція» досить поширене і за останні 100 років з'явилася значна кількість трактувань. У табл. 1 надано визначення цього поняття як класиками інституціоналізму, так і пізнішими його дослідниками.

¹ Досліджувати слід саме категорію «інституція», оскільки паралельне використання двох економічних термінів «інституція» (звички, звичаї, неформальні установки) та «інститут» (формалізоване втілення та офіційне закріплення інституцій) є штучним і неприйнятним [4].

Таблиця 1

Визначення поняття «інституція»

| Автор | Тлумачення поняття «інститут» |
|----------------------------------|--|
| Т. Веблен [1, с. 61] | Звичні способи реагування на стимули; структура виробничого або економічного механізму; прийнята нині система громадського життя |
| Дж. Коммонс [7] | Колективна дія щодо контролю, визволення та розширення індивідуальної дії |
| У. Мітчелл [18, с. 298] | Пануючі і вкрай стандартизовані громадські звички |
| Д. Норт [10, с. 6] | Встановлені в суспільстві «правила гри» або створені людиною обмежувальні рамки, які розглядаються окремо від індивідів і організацій, організують взаємодію між людьми, зменшують економічну невизначеність за допомогою структуризації щоденного життя, а також передбачають систему механізмів, що забезпечують їх виконання |
| Дж. Найт [22, с. 29] | Набір правил, які структурують певним чином соціальну взаємодію |
| Т. Парсонс [17, с. 98] | Певна нормативна модель, яка визначає, що саме у цьому суспільстві вважається заданим, потрібним або очікуваним шляхом дій, взаємовідносин або поведінки індивідів і певних груп |
| Д. Дюркгейм [9, с. 93] | Думки, дії та почуття відповідно до прийнятих у соціумі у певний проміжок часу норм, які обмежують і структурують поведінку індивіду |
| Дж. Ходжсон [98, с. 12] | Сукупність стабільних і загальноприйнятих соціальних правил, що спрямовані на структурування соціальної взаємодії та діють тривалий проміжок часу |
| В. Гамільтон [11, с. 89–90] | Усталений спосіб мислення або дії, який відображений у звичках соціальних груп і звичаях значних колективів |
| Е. Фуруботн, Р. Ріхер [16, с. 6] | Набір формальних і неформальних правил, а також спонукальних заходів до їх дотримання |
| В. Каспер [22, с. 30] | Правила взаємодії людей, які по можливості обмежують опортуністичну і безладну індивідуальну поведінку, таким чином роблячи її більш передбачуваною, що полегшує розподіл праці та створення багатства. Терміни «інституція» і «правило» використовуються як взаємозамінні |
| Дж. Кемпбелл [19, с. 1] | Фундамент громадського життя, що складається з формальних і неформальних правил, механізмів спостереження (monitoring) і примусу (enforcement) до їхнього дотримання, а також систем значень, що визначають контекст, у межах якого індивіди, корпорації, профспілки, національні держави та інші організації діють і взаємодіють один із одним. Інституції є регуляторами, породженими боротьбою і угодами (домовленостями) |

Надані у табл. 1 визначення поняття «інституція» не вичерпні, але дозволяють встановити його зміст для аналізу впливу інституційного середовища функціонування системи економічної безпеки підприємства.

Як зазначено в [4], у процесі еволюції та зближення наявних концептуальних підходів до категоріального визначення інституцій у межах основних течій інституціональної теорії сформувався узагальнене розуміння інституцій: інституції – це система норм і правил, що упорядковують, структурують соціально-економічну взаємодію економічних

суб'єктів і соціальних груп. За Д. Нортом, інституції є структурою, яку люди накладають на свої взаємовідносини, визначаючи так стимули, які поряд із іншими організаціями (бюджетними, технологічними та ін.) окреслюють границі вибору, а вони, у свою чергу, визначають рамки функціонування економіки та суспільства протягом того або іншого періоду часу [10, с. 6].

Отже, інституція являє собою певну сукупність правил (кодекси, норми поведінки, статутне та загальне право, контракти між економічними агентами тощо), які визначають

поведінку суб'єктів господарювання, соціальних груп і окремих індивідів. Як зауважив Д. Норт, над цими правилами індивіди та групи індивідів не владні як у короткостроковому, так і у середньостроковому плані [10, с. 11, 14].

Визначене розуміння інституції є підґрунтям для вивчення впливу інституційного середовища на функціонування системи економічної безпеки підприємства.

Метою статті – визначити вплив стану та характеру впливу інституційного середовища на економічну безпеку підприємства та складність системи економічної безпеки.

В економічних словниках поняття «передумова» тлумачиться як попередня умова, початковий пункт чого-небудь, як те, що береться за існуюче насправді як основа подальших розрахунків, дій і висновків. Передумови функціонування системи економічної безпеки підприємства слід розглядати як умови, сукупність і взаємний вплив яких визначає поточний і майбутній стан зовнішнього та внутрішнього середовища його діяльності. Такі передумови є численними, але головна роль серед них належить базовим передумовам, без наявності яких неможливо не лише забезпечити функціонування системи економічної безпеки підприємства, а й створити систему економічної безпеки.

До базових передумов створення та функціонування системи економічної безпеки підприємства належать теоретичні, інституційні, інформаційні, кадрові та фінансові. Серед базових передумов створення та функціонування системи економічної безпеки підприємства визначальна роль належить інституційним. Саме інституційні передумови відіграють вирішальну роль у формуванні системи економічної безпеки підприємства, оскільки вони охоплюють взаємодію підприємства із суб'єктами зовнішнього середовища. Адже система економічної безпеки підприємства функціонує не ізольовано, а в певному середовищі. Тому важливо, як суб'єкти зовнішнього середовища будуть реагувати на виконання цієї системою свого призначення – забезпечення перебування підприємства у безпечному стані. Тому форми і способи виконання

системою економічної безпеки підприємства своїх функцій за одних інституційних передумов не обов'язково будуть доцільними за інших передумов.

Інституційні передумови визначають сприятливість інституційного середовища діяльності підприємства, створюють підґрунтя налагодження його взаємозв'язків із суб'єктами зовнішнього середовища, визначають складність системи економічної безпеки підприємства. Вплив інституційного середовища на систему економічної безпеки підприємства є не відчутним, але дуже інтенсивним.

На думку класиків інституціоналізму Л. Девіса та Д. Норта, інституційне середовище становить собою сукупність базових політичних, соціальних і юридичних правил, які формують базис для виконання економічних функцій виробництва, розподілу та обміну [20]. О. Вільямсон визначив інституційне середовище як правила гри, які визначають контекст здійснення економічної діяльності [15]. Сучасні дослідники інституціоналізму тлумачать поняття «інституційне середовище» у прикладному аспекті. Такі тлумачення узагальнено у джерелі [8]:

- характеристика зовнішнього середовища, яка має значення для економічної діяльності, сукупність цінностей, формальних і неформальних норм, які впливають на співвідношення стимулів у діяльності та зумовлюють досягнення згоди між людьми [12, с. 324];
- система правил, які впливають на розподіл прав власності, що завдає мінімальний рівень і структуру трансакційних витрат, визначає характер і зміст правових конфліктів [5, с. 45];
- певна форма організації відносин, сукупність формальних і неформальних норм поведінки учасників економічних процесів, а також способів закріплення такої взаємодії та контролю щодо їх виконання [2, с. 185];
- сукупність правил, організації та механізмів реалізації обмежень, які регулюють поведінку економічних агентів і їх взаємозв'язків [14].

Вплив інституційного середовища на функціонування системи економічної безпеки підприємства показаний на рис. 1.

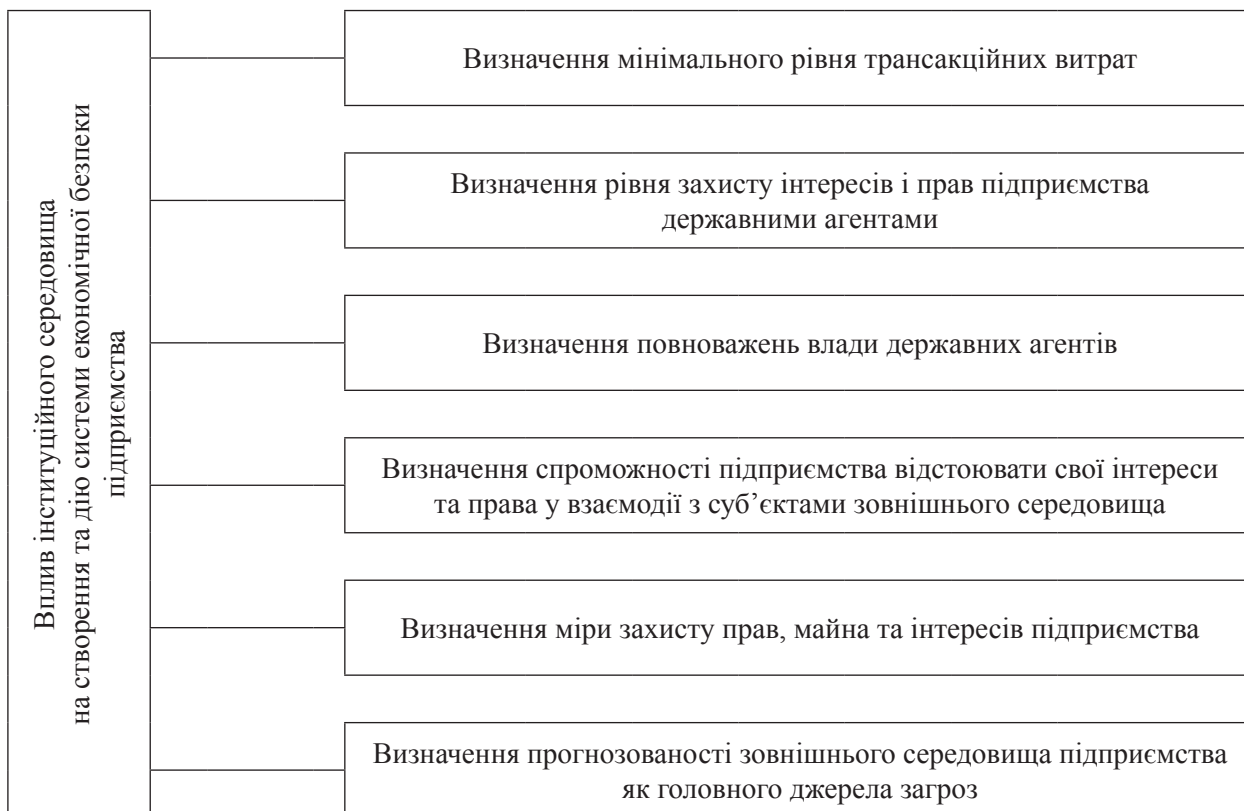


Рис. 1. Вплив інституційного середовища на функціонування системи економічної безпеки підприємства

Розкриваючи вплив інституційного середовища на створення та функціонування системи економічної безпеки підприємства, слід зазначити таке: по-перше, інституційне середовище підприємства визначає необхідний рівень трансакційних витрат. Розвинене інституційне середовище сприяє, якщо й не мінімізації трансакційних витрат, то принаймні усталеності їх величини, дозволяє збільшити міру їх прогнозованості. І навпаки, нерозвинене інституційне середовище призводить до зростання трансакційних витрат як ціни взаємодії підприємства із суб'єктами зовнішнього середовища. По-друге, інституційне середовище прямо визначає рівень захисту інтересів і прав підприємства державними агентами: у розвиненому інституційному середовищі передбачається, що існує сукупність державних агентів, які займаються регулюванням відносин учасників ринку. Отже, розвинене інституційне середовище містить сукупність державних структур, які можуть стати на захист інтересів підприємства у разі їх порушення.

Прикладом таких державних структур можуть бути антимонопольний комітет (вживає заходи у разі порушень умов конкуренції як умови діяльності підприємства), правоохоронні органи (вживають заходи у разі порушень прав власності), комітет із захисту прав споживачів (вживає заходи, якщо права підприємства як споживача були порушені), органи судової влади (вирішують спірні питання щодо інтересів та прав підприємства) тощо. Отже, за умови розвиненого інституційного середовища підприємство економить кошти та зусилля, звертаючись до відповідних державних органів, які можуть захистити інтереси підприємства, якщо виникають певні загрози. Якщо інституційне середовище нерозвинене, то підприємство вимушене самостійно захищати свої інтереси та права, що зумовлює необхідність створення складної системи економічної безпеки підприємства та її функціонування у посиленому режимі.

Інституційне середовище не лише визначає можливість захисту інтересів і прав підпри-

ємства за рахунок дій спеціалізованих органів державної влади, але й безпосередньо визначає владні повноваження державних агентів, які можна використовувати як на захист інтересів і прав підприємства, так і на їхнє пригнічення та недотримання. Владні повноваження державних агентів залежно від їх завдань і функцій можуть варіювати від інформативно-індикативного (попередження підприємства про виявлені порушення, заклики та вимоги щодо їхнього усунення тощо) до директивно-припиняючого (припинення діяльності підприємства або суттєве ускладнення його діяльності таким чином, що внаслідок природних економічних процесів і явищ підприємство збанкрутує самостійно). У більшості країн, навіть економічно розвинених, завжди залишається можливість державних агентів регулювати діяльність підприємств, але у більшості країн директивно-припиняючий вплив належить винятково до компетенції органів судової влади. При цьому органи виконавчої влади також мають великі повноваження щодо регулювання діяльності підприємств – від установа нормативів і порядку здійснення окремих процедур до проведення перевірок із накладанням штрафних санкцій за їх результатами.

Крім владних повноважень державних агентів, інституційне середовище визначальною мірою визначає спроможність підприємства відстоювати свої інтереси та права у взаємодії із суб'єктами зовнішнього середовища і, зокрема, з державними агентами, наприклад, шляхом подання апеляцій, судових позовів, залучення уваги населення та територіальної громади тощо. Адже державні агенти можуть не лише виконувати поставлені перед ними завдання, які передбачені відповідними нормативними актами, але й прагнути досягнення своїх цілей, створювати корупційні ситуації за рахунок опортунізму тощо (докладніше явище опортунізму державних агентів досліджено у джерелі [13]).

Отже, інституційне середовище має надавати підприємству можливість законним шляхом відстоювати свої інтереси та права у співпраці із суб'єктами зовнішнього середовища, у тому числі з органами державної влади для забезпечення балансу інтересів підприємства

та суб'єктів зовнішнього середовища, що входить до функцій механізму функціонування системи економічної безпеки підприємства. У разі відсутності такої можливості складно забезпечити економічну безпеку підприємства.

Інституційне середовище визначає міру захисту прав, майна та інтересів підприємства, тобто безпосередньо визначає дію елементів механізму функціонування системи економічної безпеки підприємства. Дія елементів механізму є різною – від залучення формальних механізмів судової влади до удавання до неформальних традицій виконання навіть усних угод та прийнятих на себе зобов'язань. У першому випадку для захисту прав, майна та інтересів підприємства залучаються державні (державна судова влада) або недержавні агенти (арбітражний суд), які наділені правом ухвалення відповідних рішень. Прикладом неформальних механізмів захисту прав та інтересів підприємства є використання у його діяльності принципу «угода дорожча за гроші» або «слово-вексель». Практика ведення бізнесу у дореволюційній Росії за цим принципом була широко розповсюджена в купецьких колах, коли значна частина угод укладалася в усній формі, іноді при свідках, іноді навіть без свідків, коли угоди скріплялися хресним знаменням, але умовою виконання такої угоди була репутація підприємця [3]. У разі невиконання навіть усно прийнятих зобов'язань репутація купця ставала безповоротно запламленою й такого купця виключали з гільдії купців, що унеможливило подальше ведення бізнесу [6]. Отже, фактично «чесне купецьке слово» було механізмом захисту прав, майна та інтересів підприємця за рахунок виконання взятих на себе зобов'язань. У наш час використання принципу «угода дорожча за гроші» або «слово-вексель» сприяє зміцненню ділової репутації підприємства, якість якої позитивно або негативно впливає на його економічну безпеку.

Незалежно від виду елементів захисту прав, майна та інтересів підприємства у складі механізму функціонування системи економічної безпеки важливо, щоб такі елементи діяли. Відповідно, їхня наявність, доступність і дієвість є важливою умовою економічної безпеки

підприємства. Наявність або відсутність таких елементів механізму функціонування системи економічної безпеки, їх якість і доступність є інструментом впливу інституційного середовища на діяльність підприємства, що є важливою детермінантою складності системи економічної безпеки підприємства та режиму її функціонування.

Отже, інституційне середовище дозволяє підприємству законним чином відстоювати свої інтереси та права у взаємодії із суб'єктами зовнішнього середовища, з числа яких найважливішими слід визнати органи державної влади. І навпаки, у разі відсутності можливості у підприємства відстоювати свої інтереси та права інституційне середовище стає джерелом загроз економічній безпеці підприємства.

Наявне інституційне середовище впливає й на передбачуваність, прогнозованість зовнішнього середовища діяльності підприємства. Для стабільної діяльності підприємства та його розвитку бажано своєчасно запобігати загрозам його економічній безпеці, а для цього потрібні якнайповніші знання майбутнього стану зовнішнього середовища діяльності підприємства. Передбачуваність, прогнозованість зовнішнього середовища є головною умовою результативності майже всіх видів управлінської діяльності підприємства, а не лише результативного функціонування системи економічної безпеки. Так, передбачуваність, прогнозованість зовнішнього середовища є одним із постулатів стратегічного управління підприємством: на основі прогнозованого стану зовнішнього середовища підприємства визначається бажаний стан підприємства та способи його досягнення. Прозоре стабільне інституційне середовище підприємства дозволяє надійно (безумовно, з певними варіантами) прогнозувати стан зовнішнього середовища підприємства та сформулювати можливі сценарії його діяльності. Кількість і надійність сценаріїв функціонування системи економічної безпеки підприємства прямо залежить від міри прогнозованості зовнішнього середовища. Це наочно демонструє динамічна модель сценарію Х. Гешки та Р. Хаммера [21], відповідно до якої з поточного моменту часу можна виокремити сукупність можливих сценаріїв функ-

ціонування підприємства. Кількість таких сценаріїв і їх змістовий розбіг залежить від періоду часу (чим більший період часу, тим більше кількість сценаріїв) та наявності подій-збудників (чим їх більше, тим вони є менш передбачуваними, тим більша кількість сценаріїв). За певних умов (зокрема, за умови низької прогнозованості зовнішнього середовища та значного періоду часу) кількість сценаріїв стає настільки великою, що вони втрачають сенс як інструмент управління.

Отже, прозоре, зрозуміле всім учасникам економічних відносин інституційне середовище забезпечує високу прогнозованість стану зовнішнього середовища діяльності підприємства, а тому й передбачуваність його майбутніх станів за рахунок актуалізації попередньо розроблених сценаріїв діяльності, зокрема, щодо забезпечення економічної безпеки підприємства. Зворотна залежність теж справедлива: непрозоре інституційне середовище не дозволяє прогнозувати стан зовнішнього середовища підприємства і зумовлює невизначеність у функціонуванні системи економічної безпеки підприємства та її уразливість.

Очевидно, що зазначені форми впливу інституційного середовища на економічну безпеку підприємства зумовлюють залежність складності системи економічної безпеки підприємства від сприятливості такого середовища. Чим сприятливішим для підприємства є інституційне середовище, тим простішою є система економічної безпеки підприємства, оскільки значну частину функцій системи на себе братиме суб'єкти інституційного середовища, зокрема суб'єкти державної влади, а кількість загроз економічній безпеці підприємства буде більш передбачуваною. Зворотна залежність теж справедлива: чим менш прозорим і зрозумілим є інституційне середовище, тим складнішою є система економічної безпеки підприємства завдяки суттєвому збільшенню обсягу її функцій і заходів з безпосереднього захисту відповідних об'єктів підприємства.

Отже, щоб забезпечити економічну безпеку підприємства, необхідно в процесі побудови системи економічної безпеки підприємства враховувати характер впливу інституційного

середовища та її складність. Характер впливу інституційного середовища не єдина детермінанта, що визначає особливості побудови системи економічної безпеки підприємства, її функції, властивості, режим функціонування та дію механізму функціонування системи. Але серед усіх детермінант характер впливу інституційного середовища слід визнати найважливішою детермінантою, оскільки саме вона значною мірою визначає особливості такої діяльності підприємства як забезпечення економічної безпеки.

ЛІТЕРАТУРА

1. Блауг М. 100 великих економістів до Кейнса (Great Economists before Keynes: An introduction to the lives & works of one hundred **great economists of the past**) Торстейн Б. Веблен / М. Блауг ; пер. с англ. под ред. М. А. Сторчевого. – Санкт-Петербург : Економічна школа., 2005. – 352 с.

Blaug M. 100 velikikh ekonomistov do Keynasa (Great Economists before Keynes: An introduction to the lives & works of one hundred great economists of the past) Torsteyn B. Veblen / M. Blaug ; per. s angl. pod red. M. A. Storchevogo. – Sankt-Peterburg : Ekonomicheskaya shkola., 2005. – 352 s.
2. Богоявленська Ю. В. Еволюція інституційної теорії в контексті трансформації сучасних економічних систем : [монографія] / Ю. В. Богоявленська, К. С. Шапошников. – Житомир : ЖДТУ, 2010. – 550 с.

Bohoiavlenska Iu. V. Evoliutsiia instytutsionalnoi teorii v kontekste transformatsii suchasnykh ekonomichnykh system : [monohrafiia] / Iu. V. Bohoiavlenska, K. S. Shaposhnykov. – Zhytomyr : ZhDTU, 2010. – 550 s.
3. Вьюнов Ю. А. Русская ментальность и предпринимательство как источник богатства в дореволюционной России [Электронный ресурс] / Ю. А. Вьюнов. – Режим доступа: <http://izdatsovet.ru/proc/detail.php?ID=31831>. – Назва з екрана.

Vyunov Yu. A. Russkaya mentalnost i predprinimatelstvo kak istochnik bogatstva v dorevolucionnoy Rossii : [Elektronniy resurs] / Yu. A. Vyunov. – Rezhim dostupu: <http://izdatsovet.ru/proc/detail.php?ID=31831>. – Nazva z ekrana.
4. Гайдай Т. В. Институтция как инструмент институционального экономического анализа [Электронный ресурс] / Т. В. Гайдай. – Режим доступа: http://f.ief.org.ua/IEF_rus/ET/Gayday206.pdf. – Назва з екрана.

Gayday T. V. Institutsiya kak instrument institutsionalnogo ekonomicheskogo analiza [Elektronniy resurs] / T. V. Gayday. – Rezhim dostupu: http://f.ief.org.ua/IEF_rus/ET/Gayday206.pdf. – Nazva z ekrana.
5. Елисеев А. Н. Институциональный анализ интеллектуальной собственности : [учеб. пособие] / А. Н. Елисеев, И. Е. Шульга. – Москва : ИНФРА-М, 2005. – 192 с.

Eliseyev A. N. Institutsionalnyy analiz intellektualnoy sobstvennosti : [ucheb. posobiye] / A. N. Eliseyev, I. E. Shulga. – Moskva : INFRA-M, 2005. – 192 s.
6. Иванов А. Честь превыше прибыли. Российская деловая культура / А. Иванов // Социальное партнерство. – 2005. – № 2. – С. 23–27.

Ivanov A. Chest prevyshe pribyli. Rossiyskaya delovaya kultura / A. Ivanov // Sotsialnoye partnerstvo. – 2005. – № 2. – S. 23–27.
7. Коммонс Дж. Институциональная экономика / Коммонс Дж. // Terra Economicus. – 2012. – Т. 10, № 3. – С. 69–76.

Kommons Dzh. Institutsionalnaya ekonomika / Kommons Dzh. // Terra Economicus. – 2012. – T. 10. № 3. – S. 69–76.
8. Кондратов М. В. Теоретические подходы к понятию «институциональная среда» / М. В. Кондратов, Р. И. Гарипов // Фундаментальные исследования [Элек-

- тронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.rae.ru/fs/?section=content&op=show_article&article_id=10002748. – Назва з екрана.
- Kondratov M. V. Teoreticheskiye podkhody k ponyatiyu «institutsionalnaya sreda» / M. V. Kondratov. R. I. Garipov // Fundamentalnyye issledovaniya [Elektronniy resurs]. – Rezhim dostupu: http://www.rae.ru/fs/?section=content&op=show_article&article_id=10002748. – Nazva z ekrana.
9. Кузьминов Я. И. Курс институциональной экономики: институты, свети, трансакционные издержки, контракты / Я. И. Кузьминов, К. А. Бендукидзе, М. М. Юдкевич. – Москва : ИД Высш. шк. экономики, 2006. – 442 с.
- Kuzminov Ya. I. Kurs institutsionalnoy ekonomiki: instituty. sveti. transaktsionnyye izderzhki. kontrakty / Ya. I. Kuzminov. K. A. Bendukidze. M. M. Yudkevich. – Moskva : ID Vyssh. shk. ekonomiki, 2006. – 442 s.
10. Норт Д. Институты, институциональные изменения и функционирование экономики / Д. Норт; пер. с англ. А. Н. Нестеренко ; пред. и науч. ред. Б. З. Мильнера. – Москва : ФЭК «Начала», 1997. – 180 с.
- Nort D. Instituty. institutsionalnyye izmeneniya i funktsionirovaniye ekonomiki / D. Nort; per. s angl. A. N. Nesterenko ; pred. i nauch. red. B. Z. Milnera. – Moskva : FEK «Nachala». 1997. – 180 s.
11. Нуреев Р. М. Очерки по истории институционализма / Р. М. Нуреев. – Ростов на Дону : Содействие – XXI век : Гуманитарные перспективы, 2010. – 415 с.
- Nureyev R. M. Ocherki po istorii institutsionalizma / R. M. Nureyev. – Rostov na Donu: Sodeystviye XXI vek : Gumanitarnyye perspektivy, 2010. – 415 s.
12. Олейник А. Н. Институциональная экономика : [учеб. пособие] / А. Н. Олейник. – Москва : Инфра-М, 2002. – 416 с.
- Oleynik A. N. Institutsionalnaya ekonomika : [ucheb. posobiye] / A. N. Oleynik. – Moskva : Infra-M. 2002. – 416 s.
13. Рудніченко Є. М. Оцінювання та моделювання впливу суб'єктів митного регулювання на систему економічної безпеки підприємства : [монографія] / Є. М. Рудніченко. – Луганськ : Промдрук, 2014. – 389 с.
- Rudnichenko Ye. M. Otsiniuvannia ta modeliuvannia vplyvu sub'ektiv mytnoho rehu-liuvannia na systemu ekonomichnoi bezpeky pidpriemstva : [monohrafiia] / Ye. M. Rudnichenko. – Luhansk : Promdruk, 2014. – 389 s.
14. Институциональная среда, российский вариант: формирование институциональной среды транзитивной экономики / О. А. Степанова, Л. А. Алтынникова, Е. И. Минакова, И. В. Кузнецова // Российское предпринимательство. – 2009. – № 1, вып. 2. – С. 36-39.
- Institutsionalnaya sreda. rossiyskiy variant: formirovaniye institutsionalnoy sredy tranzitivnoy ekonomiki / O. A. Stepanova. L. A. Altynnikova. E. I. Minakova. I. V. Kuznetsova // Rossiyskoye predprinimatelstvo. – 2009. – № 1. vyp. 2. – S. 36 39.
15. Уильямсон О. И. Экономические институты капитализма. Фирмы, рынки, «отношенческая» контрактация : [пер. с англ.] / Уильямсон О. И. Уильямсон ; науч. ред. и вступ. статья В. С. Каткало. – Санкт-Петербург : Лениздат : CEV Press, 1996. – 702 с.
- Uiliamsion O. I. Ekonomicheskiye instituty kapitalizma. Firmy. rynki. «otnoshencheskaya» kontraktatsiya : [per. s angl.] / Uiliamsion O. I. Uiliamsion ; nauch. red. i vstup. statia V. S. Katkalo. – Sankt-Peterburg : Lenizdat : CEV Press. 1996. – 702 s.

16. Фуруботн Э. Г. Институты и экономическая теория: Достижения новой институциональной экономической теории / Э. Г. Фуруботн, Р. Рихтер ; пер. с англ. под ред. В. С. Катькало, Н. П. Дроздовой. – Санкт-Петербург : ИД С.-Петербур. гос. ун-та, 2005. – 702 с.
- Furubotn E. G. Instituty i ekonomicheskaya teoriya: Dostizheniya novoy institutsionalnoy ekonomicheskoy teorii / E. G. Furubotn, R. Rihter ; per. s angl. pod red. V. S. Katkalo, N. P. Drozdovoy. – Sankt-Peterburg : ID S.-Peterb. gos. un-ta, 2005. – 702 s.
17. Ходжсон Дж. Экономическая теория и институты. Манифест современной институциональной экономической теории : [пер. с англ.] / Дж. Ходжсон. – Москва : Дело, 2003. – 464 с.
- Khodzhsan Dzh. Ekonomicheskaya teoriya i instituty. Manifest sovremennoy institutsionalnoy ekonomicheskoy teorii : [per. s angl.] / Dzh. Khodzhsan. – Moskva : Delo, 2003. – 464 s.
18. Шумпетер Й. Десять великих экономистов от Маркса до Кейнса (Ten Great Economists: From Marx to Keynes). Глава 9: Уэсли Клер Митчелл // Й. Шумпетер ; пер. с англ. Н. Автономовой. – Москва: Ин-т Гайдара, 2011. – 416 с.
- Shumpeter Y. Desyat velikikh ekonomistov ot Marksa do Keynisa (Ten Great Economists: From Marx to Keynes). Glava 9: Uesli Kler Mitchell // Y. Shumpeter ; per. s angl. N. Avtonomovoy. – Moskva: In-t Gaydara, 2011. – 416 s.
19. Campbell J. L. Institutional Change and Globalization / J. L. Campbell. – Princeton and Oxford : Princeton University Press, 2004. – 264 pp.
20. Davis L. Institutional Change and American Economic Growth / L. Davis, D. North. – Cambridge : Cambridge University Press, 1971. – 292 pp.
21. Geschka H. Die szenario-technik in der strategischen Unternehmensplanung, in: strategische unternehmungsführung / H. Geschka, R. Hammer. – Heidelberg : D. Hahn, B. Taylor, Aufl, 1992. – 311 s.
22. Kasper W. Institutional economics: social order and public policy / W. Kasper, M. E. Streit. – Cheltenham: New edition, 2000. – 544 pp.
23. Knight J. Institutions and social conflict / J. Knight. – New York : Cambridge University Press, 1992. – 234 p.

О. В. Ільяшенко, кандидат економічних наук (Восточноукраинский национальный университет имени Владимира Даля). **Институциональные предпосылки создания и функционирования системы экономической безопасности предприятия.**

Аннотация. Целью статьи является определение влияния состояния и характера влияния институциональной среды на экономическую безопасность предприятия и сложность системы экономической безопасности. Рассмотрено содержание понятий «институции» и «институциональная среда». Раскрыто влияние институциональной среды на создание и функционирование системы экономической безопасности предприятия: определение минимального уровня трансакционных затрат, определение уровня защиты интересов и прав предприятия государственными агентами, определение полномочий власти государственных агентов, определение возможности предприятия отстаивать свои интересы и права во взаимодействии с субъектами внешней среды, определение меры защиты прав, имущества и интересов предприятия, определение прогнозируемости внешней среды предприятия как главного источника угроз. Показано, что характер влияния институциональной среды на экономическую безопасность предприятия предопределяет необходимость учета этого характера при построении системы экономической безопасности предприятия и ее сложность.

Ключевые слова: предприятие, экономическая безопасность, система, функционирование, институциональная среда, влияние.

O. Ilyashenko, Cand. Econ. Sci. (East Ukrainian Volodimir Dahl national university). *Institutional preconditions of building and functioning of enterprise economic security system.*

Summary. Effectiveness of system of enterprise economic security mostly depends on effectiveness of institutional base of society. Aim of article is to define impact of state and a character of impact of institutional environment on an enterprise economic security and complexity of economic security system. Main results. The content of notions "institutions" and "institutional environment" is considered. The impact of institutional environment on building and functioning of system of enterprise economic security is considered: identifying the minimum level of transaction costs, finding the level of protection of enterprise interests and rights by state agents, defining the authorities of state agents power, evaluating the ability of the enterprise to protect its interests and rights in interaction with subjects of external environment, estimating the measure of protection of enterprise rights, property and interests, evaluating the predictability of enterprise external environment as the main source of threats. It is shown that character of institutional environment impact on enterprise economic security causes the necessity of its taking into account while building the system of enterprise economic security and complexity of such system.

Keywords: enterprise, economic security, system, functioning, institutional environment, impact.

АНАЛІЗ КОМЕРЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ТОРГОВЕЛЬНОГО ПІДПРИЄМСТВА

Т. О. ГУСАКОВСЬКА, кандидат економічних наук
(Вищий навчальний заклад Укоопспілки

«Полтавський університет економіки і торгівлі»);

Ю. О. КЛОЧКО, кандидат економічних наук
(Донбаський інститут техніки та менеджменту Міжнародного
науково-технічного університету імені академіка Юрія Бугая);

Н. Г. СІКЕТІНА

(Національний технічний університет
«Харківський політехнічний інститут»)

Анотація. *Мета статті – дослідити сутність комерційної діяльності торговельного підприємства та особливостей її аналізу. Необхідною умовою управління торговельним підприємством є системний підхід, що передбачає формування відповідної системи управління його комерційною діяльністю як складової загальної системи управління підприємством. Систематизовано погляди науковців на зміст і складові категорії комерційної діяльності торговельного підприємства. Для аналізу комерційної діяльності торговельного підприємства пропонується використовувати метод екстраполяції тренду.*

Ключові слова: *торговельне підприємство, комерційна діяльність, тренд, аналіз.*

В умовах ринкової економіки одним із ключових елементів управління торговельним підприємством є управління комерційною діяльністю. Комерційна діяльність є невід’ємною умовою споживчого ринку, сфери комерційного підприємництва, де відбувається обмін грошей на товари та товарів на гроші. Її слід розуміти як процеси, пов’язані з купівлею і продажем товарів, задоволенням попиту покупців, розвитком цільових ринків товарів, мінімізацією витрат обігу й отриманням прибутку. У ході закупівлі та постачання товарів вивчається ринок, налагоджуються господарські зв’язки з постачальниками, здійснюються комерційні операції, спрямовані на комерційні угоди, укладання контрактів і товарно-грошовий обмін. Комерційна діяльність торговельного підприємства має супроводжуватися комерційними діями та рішеннями, беручи до уваги із ринкову кон’юнктуру та вплив зовнішнього середовища. Під час виконання комерційних функцій слід ґрунтуватися на економічних зако-

нах ринку, фінансовій політиці та комерційному праві.

Питаннями аналізу та прогнозування комерційної діяльності підприємства займалися такі економісти, як М. І. Баканов, А. Д. Шеремет, І. А. Бланк, Р. П. Валєвіч, Г. А. Давідова, Л. І. Бушуєва, В. М. Дородніков, В. Я. Горфінкель, В. А. Швандар, О. І. Гребньов, Ю. К. Баженов, С. Н. Виноградова, П. С. Зав’ялов та ін.

Мета статті – дослідити сутність комерційної діяльності торговельного підприємства, особливості її аналізу та прогнозування.

Останнім часом виникають питання щодо аналізу показників комерційної діяльності торговельних підприємств. На нашу думку, основа успішного аналізу показників комерційної діяльності торговельного підприємства спрямована на досягнення максимального прибутку від реалізації продукції у майбутньому.

Комерційна діяльність як категорія ринкової економіки охоплює процеси, що забезпечують систему товарно-грошового обміну на різних його етапах. За структурою вона поді-

ляється на три блоки: виробництво – оптова торгівля, оптова торгівля – роздрібна торгівля, роздрібна торгівля – сфера споживання.

Комерційним можна назвати підприємство, діяльність якого полягає як у видобутку (вилученні), виробництві, так і просто купівлі та подальшому продажу (в обмін на гроші або інші товари) з метою отримання в кінцевому підсумку доходу (вигоди, прибутку).

Комерційна діяльність є однією з найважливіших галузей людської діяльності, що виникли внаслідок поділу праці. Вона полягає у виконанні ряду торгово-організаційних операцій, спрямованих на процес купівлі-продажу товарів і надання торговельних послуг із метою отримання прибутку [7, с. 14].

В економічній літературі існують різні визначення поняття «комерційна діяльність», наведемо лише найпоширеніші з них [1–8]:

- комерція – «торг, торгові обороти, купецькі промисли» (згідно з визначенням «Тлумачного словника» В. І. Даля);
- комерційна діяльність – товарно-грошовий обмін, у процесі якого товари від постачальника переходять у власність торгового підприємства з орієнтацією на потреби ринкового попиту;
- комерційна діяльність – особливий вид діяльності, пов'язаний із реалізацією товарів, від якої залежать кінцеві результати торгового підприємства;
- комерційна діяльність – це все те, що забезпечує максимальну вигідність торгової угоди для кожного з партнерів при першочерговому врахуванні інтересів і запитів споживачів;
- комерційна діяльність – комплекс операцій, що забезпечують купівлю-продаж товарів і разом з торговими процесами являють собою торгівлю в широкому сенсі слова;
- комерційна діяльність – оперативно-організаційна діяльність зі здійснення операцій обміну товарно-матеріальних цінностей із метою задоволення потреб населення й одержання прибутку.

В умовах ринку торговельні підприємства встановлюють принципово нові відносини з партнерами, діють властиві ринковій економіці регулятори, виробляються комерційні

принципи, спрямовані на цілеспрямовану купівлю-продаж товарів. Для того, щоб торгове підприємство успішно функціонувало, необхідно провести глибокий аналіз його комерційної діяльності в залежності від ринкового середовища, яке постійно змінюється. Це дозволить зробити підприємство стабільно прибутковим і конкурентоспроможним, забезпечити його розвиток, передбачувати майбутнє.

Діяльність роздрібного торговельного підприємства пов'язана з реалізацією продукції кінцевому споживачеві, що є завершальним етапом її просування зі сфери виробництва. Предметом роздрібною торгівлі є не тільки продаж товарів, але і торговельне обслуговування та надання додаткових послуг покупцям. Для покупця торговельне обслуговування визначається іміджем підприємства, зручністю і мінімальними витратами часу на здійснення покупки. Послуги, що надаються, супроводжуються покупкою товару і післяпродажним сервісним обслуговуванням реалізованих товарів. Отже, процес роздрібною торгівлі складається з цілеспрямованого продажу товарів, обслуговування покупців, торговельних і післяпродажних послуг.

Реалізувавши товари й отримавши заданий прибуток, торговельне підприємство досягає своєї мети. За своїм економічним змістом витрачений капітал, що залучається як оборотні засоби, повинен компенсуватися продажем товарів. В умовах ринку необхідно реально оцінити динаміку й адекватність віддачі грошових активів, вкладених у товарно-матеріальні цінності роздрібним торговельним підприємством.

Особливістю комерційної діяльності в роздрібній торгівлі є побудова відносин між продавцем і покупцем на основі усного договору роздрібною купівлі-продажу товарів. За договором продавець бере зобов'язання передати покупцеві товар для особистого, сімейного, домашнього та іншого використання після сплати його покупцем.

Підприємство роздрібною торгівлі, виходячи на споживчий ринок, має на меті успішну реалізацію товарів і отримання відповідного прибутку. З урахуванням цього завданнями

роздрібного торговельного підприємства в умовах ринково орієнтованої економіки є:

- вивчення попиту та потреби покупців у товарах (послугах), їх купівельної спроможності;
- визначення асортиментної політики на перспективу;
- організація закупівлі, поставки, зберігання, підготовки до реалізації та продажу товарів;
- забезпечення запланованих обсягів діяльності матеріальними та трудовими ресурсами.

У ринково орієнтованій економіці жодне торговельне підприємство не може успішно конкурувати без широкого використання реклами, основне завдання якої – стимулювати збут товарів. На підприємствах роздрібно торгівлі використовуються різноманітні види реклами – від усної реклами продавців, оформлення віконних і внутрішньомагазинних вітрин, організації рекламних виставок товарів до друкованої, радіотелевізійної та ін. Раціонально організована рекламно-інформаційна робота в магазині значно полегшує вибір товарів, скорочує витрати часу на здійснення покупки, прискорює процес продажу та торговельного обслуговування, підвищує ефективність праці продавців.

Завершальним етапом комерційної діяльності у роздрібній торгівлі є організація роздрібного продажу товарів і надання додаткових торгових послуг покупцям. Від рівня організації продажу товарів і обслуговування покупців залежить ефективність торгівлі. Вимоги до торговельного обслуговування викладені в багатьох нормативних документах, що регламентують порядок продажу товарів і захисту прав споживачів.

Для формування і розвитку комерційної діяльності на підприємствах роздрібно торгівлі необхідні відповідні умови та конкретизація чинників, що впливають на неї. Від глибини вивчення висхідних факторів і об'єктивності отриманих аналітичних матеріалів залежать результати комерційної діяльності, визначення стратегії й тактики виконання комерційних завдань.

Для ефективної реалізації всіх завдань комерційної діяльності в умовах ринкової економіки необхідно передбачити постійний розви-

ток підприємництва на базі ринкових відносин, інтегрований підхід, що охоплює різні рівні комерційної діяльності, максимальне використання комерційних підходів у взаєминах між суб'єктами ринку, використання сучасних технічних засобів для інформаційного забезпечення комерційних рішень.

Торговельне підприємство незалежно від своїх масштабів і профілю діяльності повинно займатися внутрішнім плануванням, тобто визначенням цілей підприємства на певну перспективу, знаходження і аналіз способів їх реалізації і ресурсного забезпечення. Планування визначається тими завданнями, які ставить перед собою підприємство на перспективу.

Методом, яким доцільно користуватись для прогнозування продажів на торговельному підприємстві (зі стабільною кон'юктурою ринку), є метод екстраполяції тренду [8]. Його сутність полягає у передбаченні прогнозування обсягу реалізації продукції на основі статистичного аналізу часових рядів, за якого обчислюють значення економічних показників за межами наявних фактичних даних, з огляду на припущення, що виявлена тенденція зберігатиметься і надалі. Інформаційна база, на якій ґрунтується цей метод – дані про обсяг продажу за певний період (місяці, роки), які називаються часовими рядами. На основі цих даних визначається тренд – зміни, що визначають загальний напрям розвитку та основну тенденцію часових рядів [4]. Тренд може бути вираженим рівнянням прямої, логарифмічної, гіперболічної, показникової функції та параболи другого порядку [1].

Розглянемо метод екстраполяції тренду на прикладі аналізу обсягу реалізації ПП «Полагропром». Вихідні дані наведено у табл. 1.

Для визначення виду кривої та тенденції динаміки обсягу реалізації побудуємо лінію тренду (рис. 1). При цьому найбільшу достовірність апроксимації R^2 дає ступенева функція виду $f(t) = at^b$.

Підставивши в отримане рівняння значення періодів упередження, можемо отримати прогнозні значення обсягів реалізації для ПП «Полагропром». Прогнозне значення обсягу реалізації 2015 р. становить 1004,5 тис. грн, 2016 р. – 1023 тис. грн за умови збереження тенденції.

Таблиця 1

**Динаміка обсягів реалізації ПП «Полагропром»
за 2008–2014 рр., тис. грн**

| Показник | Рік | | | | | | | |
|----------------------------|------|------|------|------|------|------|------|------|
| | 2007 | 2008 | 2009 | 2010 | 2011 | 2012 | 2013 | 2014 |
| Обсяг реалізації, тис. грн | 672 | 802 | 833 | 864 | 892 | 914 | 971 | 998 |
| Темп зростання, % | 1,00 | 1,19 | 1,04 | 1,04 | 1,03 | 1,02 | 1,06 | 1,03 |

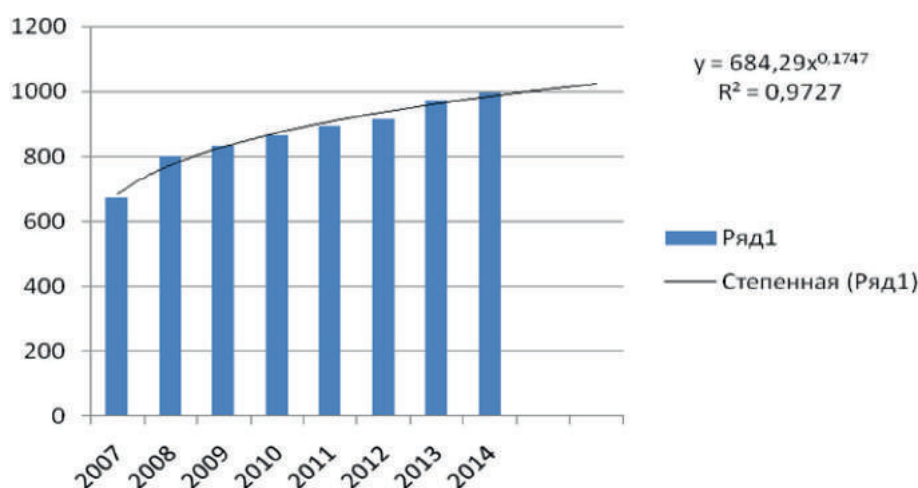


Рис. 1. Прогноз обсягів реалізації ПП «Полагропром»

Основна умова використання методу екстраполяції тренду – це стабільність показників макросередовища. Слід відзначити, що сучасні умови на вітчизняному ринку не завжди відповідають такому критерію. На рівень і динаміку обсягів реалізації впливає цілий ряд факторів. При цьому як кількість цих факторів, так і рівень їх впливу може змінюватися. Тому для більш детального дослідження комерційної діяльності та, зокрема, аналізу та прогнозування обсягів реалізації доцільно використати методику факторного аналізу.

Управління комерційною діяльністю торговельного підприємства є одним із головних напрямів роботи його керівництва. Для ефективного управління комерційною діяльністю торговельного підприємства необхідно проводити аналіз її поточного стану та прогнозування майбутніх показників, щоб бути готовими до змін у зовнішньому середовищі, які можуть негативно впливати на всю діяльність

підприємства. У ході аналізу дослідження із цього питання, було визначено, що для прогнозування обсягу реалізації торговельного підприємства можна використовувати метод екстраполяції тренда. Для більш детального аналізу впливу чинників доцільно використати методику факторного аналізу.

ЛІТЕРАТУРА

1. Баканов М. І. Теорія економічного аналізу : підручник / М. І. Баканов, А. Д. Шеремет. – Москва : Фінанси і статистика, 2006. – 376 с.
- Bakanov M. I. Teoriia ekonomichnoho analizu : pidruchnyk / M. I. Bakanov, A. D. Sheremet. – Moskva : Finansy i statystyka, 2006. – 376 s.

2. Бланк І. А. Торговий менеджмент / І. А. Бланк. – Київ : Ніка Центр, 2006. – 453 с.

Blank I. A. Torhovyi menedzhment / I. A. Blank. – Kyiv : Nika Tsentr, 2006. – 453 s.
3. Бушуева Л. И. Методы прогнозирования объема продаж / Л. И. Бушуева // Маркетинг в России и за рубежом. – 2002. – № 1. – С. 15–30.

Bushuyeva L. I. Metody prognozirovaniya obyema prodazh / L. I. Bushuyeva // Marketing v Rossii i za rubezhom. – 2002. – № 1. – S. 15–30.
4. Комерційна діяльність підприємства: Стратегія, організація, керування : навч. посіб. / В. К. Козлов, С. А. Уваров, Н. В. Яковлева та ін. ; під ред. В. К. Козлова, С. А. Уварова. – Санкт-Петербург : Політехніка, 2000. – 310 с.

Komertsiiina diialnist pidpriemstva: Stratehiia, orhanizatsiia, keruvannia : navch. posib. / V. K. Kozlov, S. A. Uvarov, N. V. Yakovlieva ta in. ; pid red. V. K. Kozlova, S. A. Uvarova. – Sankt-Peterburh : Politekhnik, 2000. – 310 s.
5. Економіка підприємства : підруч. для вузів / під ред. проф. В. Я. Горфінкеля, проф. В. А. Швандара. – Москва : ЮНИТИ-ДАНА, 2001. – 424 с.

Ekonomika pidpriemstva : pidruch. dlia vuziv / pid red. prof. V. Ia. Horfinkelia, prof. V. A. Shvandara. – Moskva : YuNYTY-DANA, 2001. – 424 s.
6. Панкратов Ф. Г. Коммерческая деятельность : учебник / Панкратов Ф. Г., Серегина Т. К. – Москва : Информ. центр «Маркетинг», 2001. – 348 с.

Pankratov F. G. Kommercheskaya deyatelnost : uchebnik / Pankratov F. G., Seregina T. K. – Moskva : Inform. tsentr «Marketing». 2001. – 348 s.
7. Завьялов П. С. Маркетинг в схемах, рисунках, таблицах : [учеб. пособие] / Завьялов П. С. – Москва : ИНФРА-М, 2000. – 496 с.

Zavialov P. S. Marketing v skhemakh. risunkakh. tablitsakh : [ucheb. posobiye] / Zavialov P. S. – Moskva : INFRA-M. 2000. – 496 s.

Т. А. Гусаковская, кандидат экономических наук (Высшее учебное заведение Укоопсоюза «Полтавский университет экономики и торговли»); **Ю. А. Клочко**, кандидат экономических наук (Донбасский институт техники и менеджмента Международного научно-технического университета имени академика Юрия Бугая); **Н. Г. Сикетина** (Национальный технический университет «Харьковский политехнический институт»). **Анализ коммерческой деятельности торгового предприятия.**

Аннотация. Цель статьи – исследовать сущность коммерческой деятельности торгового предприятия и особенностей ее анализа. Необходимым условием управления торговым предприятием является системный подход, предусматривающий формирование соответствующей системы управления его коммерческой деятельностью как составляющей общей системы управления предприятием. Систематизированы взгляды ученых на содержание и составляющие категории коммерческой деятельности предприятия. Для анализа коммерческой деятельности торгового предприятия предлагается использовать метод экстраполяции тренда.

Ключевые слова: торговое предприятие, коммерческая деятельность, тренд, анализ.

T. Husakovska, Cand. Econ. Sci. (Poltava University of Economics and Trade); **Yu. Klochko**, Cand. Econ. Sci. (Donbass Institute of Technology and Management Academician Yuriy Bugay International Scientific and Technical University); **N. Siketina** (National Technical University Kharkiv Politechnic institute). **Analysis of commercial activity of trad companies.**

Summary. *During the operation of a commercial enterprise today more attention is paid to its commercial activities related to marketing. Special attention should be paid to the analysis and forecasting of volumes of sales of commercial enterprise. Research of essence of commercial activity of trade enterprise and features of her analysis. Prerequisite trading enterprise management is a systematic approach that involves the formation of an appropriate system of managing its commercial activities as part of the overall system management. Systematized scientific views on the content and components business category commercial enterprise. The analysis of business trading company proposed to use the method of extrapolation trend.*

Keywords: *commercial enterprise, commercial activity, trend, analysis.*

ОЦІНКА РІВНЯ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ У СИСТЕМІ АНТИКРИЗОВОГО УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ

В. О. ЖИВОТЕНКО, кандидат економічних наук
(Вищий навчальний заклад Укоопспілки
«Полтавський університет економіки і торгівлі»)

Анотація. Умови сьогодення, викликані останніми політичними та економічними змінами, впливають не лише на стан господарської діяльності державних підприємств, а й на інші підприємства національної економіки. Погіршення показників діяльності підприємств, рано чи пізно, призводить до зародження та розвитку кризових явищ. Тому забезпечення необхідного рівня економічної безпеки є одним із першочергових завдань суб'єктів господарювання. Мета статті – розкрити зміст поняття «економічна безпека» та складових забезпечення її належного рівня. Необхідною складовою антикризового управління визначено економічну безпеку та запропоновано підхід до оцінки її рівня. Для формування ефективної системи антикризового управління потрібно забезпечити високий рівень економічної безпеки підприємства.

Ключові слова: антикризове управління, економічна безпека, ресурсний потенціал, потенціал стійкості, контроль.

Постійна зміна чинників зовнішнього оточення, породжена політичною та економічною нестабільністю, відображається у постійному підвищенні ризикованості господарської діяльності підприємств. Результатом підвищеного рівня ризику господарської діяльності, є плинність суб'єктів господарювання. Більшість підприємств адаптувалися до змін умов господарювання, але існують і такі, що вимушені згорнути власну господарську діяльність через неможливість уникнути кризового стану. Тому актуальність цієї теми полягає у тому, що сучасні умови господарювання спонукають підприємства до розв'язання проблеми антикризового управління та визначення місця економічної безпеки в ньому.

Вивченню поняття «антикризове управління» та місця економічної безпеки у ньому присвячені праці багатьох вітчизняних і зарубіжних науковців. Серед зарубіжних можна виокремити Д. Боуена, Ф. Броделема, Ю. Кучинського, Е. Лоулера, Г. Меншема, Ф. Найта, Д. Проска, П. Самуельсона, Ж. Сисмонді, Дж. Сороса, А. Стрікланда, Ф. Фармера, Р. Хоутрі, Й. Шумпетера та ін. Серед вітчизня-

них дослідників такі, як Г. Базаров, І. Бланк, В. Василенко, В. Вернадський, А. Грязнова, Ю. Заруба, З. Коротков, Л. Лігоненко, А. Мельник, Г. Ситник, О. Терещенко, З. Шершньова та ін. Переважна більшість праць зосереджена на вивченні понятійного апарату явища «криза» та «антикризове управління». Потрібно додатково вивчити економічну сутність поняття «економічна безпека» та оцінити її рівень у системі антикризового управління підприємством.

Метою дослідження є розробка теоретичних і методологічних положень щодо визначення сутності економічної безпеки та оцінки її рівня у системі антикризового управління підприємством.

У мінливих зовнішніх умовах проблеми забезпечення економічної безпеки підприємств набувають особливої ваги. Відсутність належного рівня економічної безпеки призводить до виникнення та розвитку кризових явищ, що, у свою чергу, зумовлює необхідність розроблення системи антикризового управління підприємством, що є єдиним бар'єром, аби суб'єкт господарювання уникнув кризового стану.

Провівши аналіз теоретичних і методичних підходів до визначення та формування системи антикризового управління підприємством, ми виявили, що погляди більшості науковців щодо поняття «система антикризового управління» збігаються. Але водночас виникає багато дискусій щодо складових цієї системи та організації взаємозв'язків між ними.

На думку А. Грязнової, це комплексна система, спрямована на запобігання чи усунення несприятливих для бізнесу явищ шляхом використання всього потенціалу сучасного менеджменту, розробки та реалізації на підприємстві спеціальної програми, що має стратегічний характер, дозволяє усунути тимчасові труднощі, зберегти і примножити ринкові позиції суб'єкта господарювання за будь-яких обставин [6, с. 20].

На думку О. Терещенко, система антикризового управління спрямована на усунення перешкод, які частіше за все виникають у зовнішньому середовищі [5].

Деякі науковці систему антикризового управління пропонують визначити як комплексний взаємозв'язок таких елементів: моніторинг кризи, планування, організація та проведення заходів зі збереження базових характеристик компанії, її ефективне функціонування [7].

Одночасно, погоджуючись із думкою авторів, ми переконані, що система антикризового управління – це сумісна сукупність методів, принципів і елементів, що дозволяє формувати ефективні управлінські рішення на основі релевантної інформаційної бази в умовах невизначеності та ризику.

Зауважимо, що одним із основних елементів системи антикризового управління є економічна безпека підприємства. Забезпечення останньої неможливе без ефективного використання наявного потенціалу й формування з його складових потенціалу стійкості.

Визначення економічної безпеки підприємства викликає дискусії багатьох учених-економістів, що дозволило сформулювати основні положення сутності цього поняття.

Так, В. Белокуров трактує економічну безпеку, як наявність конкурентних переваг,

що зумовлені відповідністю матеріального, фінансового, кадрового, техніко-технологічного потенціалів і організаційної структури підприємства до його стратегічних цілей і завдань [5].

На думку З. Варналія, економічна безпека – це забезпечення найбільш ефективного використання ресурсів суб'єкта господарювання для запобігання загрозам і створення умов для стабільного функціонування основних його елементів [8].

Дещо інше визначення поняття «економічна безпека» дає Є. Олейніков. На думку науковця, – це сукупність процесів, що проходять на підприємстві із усіма взаємозв'язками, які складають єдину неподільну групу з погляду їх функціональної ролі у забезпеченні економічної безпеки підприємства [3, с. 138].

С. Ілляшенко розглядає поняття економічної безпеки як стан ефективного використання ресурсів підприємства і існуючих ринкових можливостей, який дозволяє запобігати внутрішнім і зовнішнім загрозам, і забезпечує його тривале виживання і стійкий розвиток на ринку відповідно до обраної місії [2, с. 156].

Дані визначення, на нашу думку, не у повній мірі розкривають сутність поняття «економічна безпека», тому ми пропонуємо розглядати економічну безпеку як сукупність внутрішніх і зовнішніх чинників підприємства, які за рахунок його сильних сторін не впливатимуть негативно на нього.

Беручи до уваги визначення поняття «економічна безпека» підприємства, слід чітко виокремити об'єкт, на який спрямована система економічної безпеки підприємства. Об'єктом, у цьому випадку є стабільний економічний стан підприємства як у поточному, так і у стратегічному періоді. Забезпечення стабільності економічного стану підприємства відбувається через призму протекції таких складових ресурсного потенціалу, як грошові, матеріальні, інформаційні, кадрові та інші види ресурсів підприємства.

Для ефективної протекції зазначених складових ресурсного потенціалу та формування потенціалу стійкості необхідно виконати такі завдання [4, с. 16]:

- зібрати вихідну інформацію про можливість виникнення загроз;
- оцінити та проаналізувати основні ризики підприємства;
- спрогнозувати стан захищеності підприємства на випадок уникнення ризиків або відшкодування їх наслідків;
- дослідити інтерфейсну складову економічної безпеки підприємства (обґрунтувати безпечність вибору партнерів, клієнтів і співробітників);
- не допустити проникнення на підприємство структур економічної розвідки конкурентів, організованої злочинності й окремих осіб із протиправними намірами;
- протидіяти проникненню до віртуальної бази даних підприємства зі злочинною метою;
- забезпечити захист конфіденційної інформації та комерційної таємниці;
- забезпечити схоронність матеріальних цінностей підприємства;
- забезпечити багатоетапний захист банківських рахунків підприємства;
- захистити законні права й інтереси підприємства і його співробітників;
- своєчасно виявити потенційні злочинні наміри щодо підприємства і його співробітників з боку джерел зовнішніх загроз безпеки;
- виявити, попередити та припинити можливу протиправну й іншу негативну діяльність співробітників підприємства, направлену на зниження рівня його економічної безпеки;
- захистити співробітників підприємства від насильницьких зазіхань;
- сформувати ефективне інформаційно-аналітичне забезпечення системи управління економічною безпекою підприємства;
- сформувати та інтенсивно використати інноваційне забезпечення системи управління економічною безпекою підприємства;
- виробити та прийняти найбільш оптимальні управлінські рішення щодо стратегії і тактики забезпечення економічної безпеки підприємства;
- забезпечити фізичну й технічну охорону будинків, споруд, території й транспортних засобів;
- відшкодувати матеріальний і моральний збиток, завданий унаслідок неправомірних дій підприємства та окремих співробітників;

- здійснювати постійний контроль за ефективністю функціонування системи економічної безпеки, удосконалити її елементи.

На економічну безпеку підприємства впливає низка чинників, що потребує дотримання певних принципів:

- законності;
- прав і свобод громадян;
- централізованого управління;
- компетентності;
- конфіденційності;
- розумної достатності, відповідності зовнішнім і внутрішнім загрозам безпеки;
- комплексного використання сил і коштів;
- самостійності й відповідальності за забезпечення безпеки;
- передової матеріально-технічної оснащеності;
- корпоративної етики;
- координації та взаємодії з органами влади й управління.

Побудова моделі економічної безпеки є одним із першочергових завдань у системі антикризового управління підприємством. Така модель має забезпечувати не лише стійкість господарської діяльності підприємства, а й підтверджувати наявні сильні сторони господарюючого суб'єкта. Процес господарської діяльності будь-якого суб'єкта господарювання супроводжується отриманням певного результату. На жаль, не завжди таким результатом є прибуток, що спричинено неготовністю та неспроможністю окремих підприємств національної економіки виживати в умовах жорсткої конкурентної боротьби.

Будь-які негативні зміни господарської діяльності можна оцінити в грошовому вираженні, тобто виділяється економічна складова збитку. Але слід зауважити, що розуміння збитку або прибутку як фінансової категорії не відображає реальний стан економічної безпеки підприємства через те, що вона характеризує лише поточний стан фінансово-господарської діяльності підприємства.

Модель економічної безпеки, на нашу думку, має поєднувати складові, між якими постійно відбувається взаємодія, що дозволить забезпечити ефективність функціонування підприємства та адаптивність до ринкових змін (рис. 1).

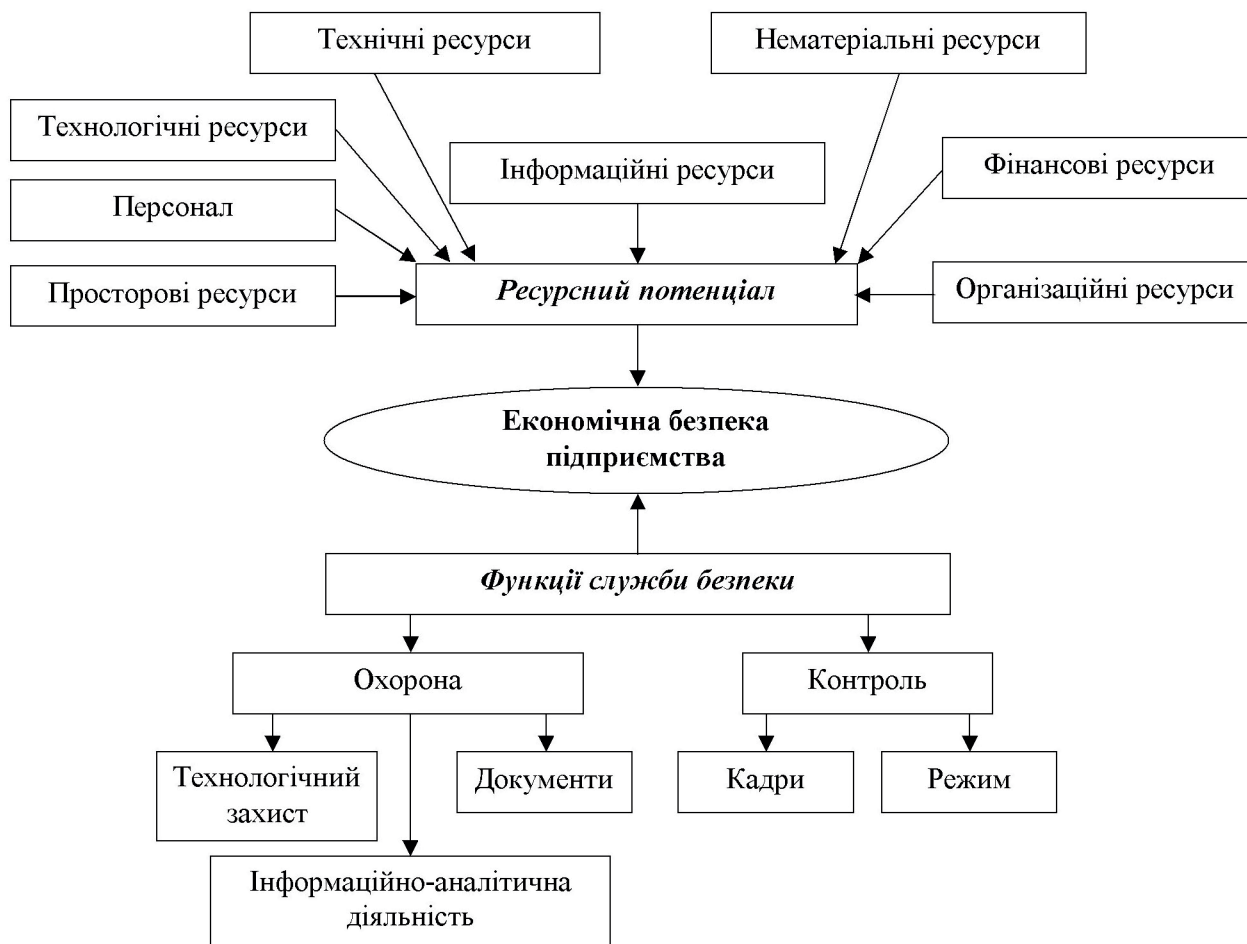


Рис. 1. Модель економічної безпеки аграрного підприємства (авторська розробка)

За даними рис. 1, економічна безпека має забезпечуватися наявним ресурсним потенціалом і виконанням усіх функцій службою безпеки підприємства. Таку модель, на наше переконання, слід використовувати усім підприємствам національної економіки.

Для оцінки рівня економічної безпеки підприємства ми розробили власну шкалу оцінки досягнутого рівня розвитку ресурсного потенціалу та оцінки рівня виконання функцій службою безпеки. Алгебраїчна сума таких показників відобразить рівень економічної безпеки аграрного підприємства (формула (1)).

$$R_{\text{еб}} = R_{\text{р.п.}} + R_{\text{вф.с.б.}} \quad (1)$$

де $R_{\text{еб}}$ – рівень економічної безпеки;

$R_{\text{р.п.}}$ – рівень ресурсного потенціалу;

$R_{\text{вф.с.б.}}$ – рівень виконання функцій служби безпеки.

Розрахунок рівня ресурсного потенціалу слід проводити за формулою 2:

$$R_{\text{р.п.}} = O_{\text{вр.1}} V_{\text{вр.1}} + O_{\text{вр.2}} V_{\text{вр.2}} + \dots + O_{\text{вр.п}} V_{\text{вр.п}}, \quad (2)$$

де $O_{\text{вр.п}}$ – відносна оцінка окремих видів ресурсів;

$V_{\text{вр.п}}$ – вагомість кожного окремого виду ресурсів.

Розрахунок рівня виконання функцій службою безпеки слід проводити за формулою (3):

$$R_{\text{вф.с.б.}} = O_{\text{вф.1}} V_{\text{вф.1}} + O_{\text{вф.2}} V_{\text{вф.2}} + \dots + O_{\text{вф.п}} V_{\text{вф.п}}, \quad (3)$$

де $O_{\text{вф.п}}$ – відносна оцінка рівня виконання функцій службою безпеки;

$V_{\text{вф.п}}$ – вагомість рівня виконання функцій службою безпеки.

Визначення відносної оцінки показників слід проводити за формулою (4):

$$O_i = \frac{1}{N_i} \cdot n_i, \quad (4)$$

де O_i – відносна оцінка i -ї складової;

N_i – кількість рівнів складової;

n_i – номер рівня i -ї складової, рахуючи від самого несприятливого включно.

Вагомість складової слід розраховувати за формулою (5):

$$B_i = \frac{1}{S} \cdot R_i, \quad (5)$$

де B_i – вагомість складової;

S – сума балів за всіма складовим економічної безпеки;

R_i – сума балів за кожною складовою.

Отже, розрахунок рівня економічної безпеки, за запропонованою формулою, на нашу думку, дозволить правильно його встановити, а це, у свою чергу, створить умови для покращення стану господарської діяльності підприємства. Крім того, ця модель економічної безпеки повністю відповідає завданням системи антикризового управління підприємством та має бути її невід'ємною частиною.

ЛІТЕРАТУРА

1. Дикань В. Л. Комплексна методика визначення рівня економічної безпеки, оцінки ризиків та ймовірності банкрутства підприємств / В. Л. Дикань, І. Л. Назаренко. – Харків : УкрДАЗТ, 2011. – 142 с.
Dykan V. L. Kompleksna metodyka vyznachennia rivnia ekonomichnoi bezpeky, otsinky ryzykiv ta umovirnosti bankrutstva pidpriemstv / V. L. Dykan, I. L. Nazarenko. – Kharkiv : UkrDAZT, 2011. – 142 s.
2. Ілляшенко С. М. Економічний ризик : навч. посіб. / С. М. Ілляшенко. – Київ : ЦУЛ, 2004. – 220 с.
Iliashenko S. M. Ekonomichnyi ryzyk: navchalnyi posibnyk / S. M. Iliashenko. – Kyiv : TsUL, 2004. – 220 s.
3. Олейников Е. А. Основы экономической безопасности: государство, регион, предприятия, личность / Е. А. Олейников. – Москва : ЗАО «Бизнес-школа», 1997. – 279 с.
Oleynikov E. A. Osnovy ekonomicheskoy bezopasnosti: gosudarstvo, region, predpriyatiya, lichnost / E. A. Oleynikov. – Moskva : ZAO «Bizness-shkola», 1997. – 279 s.
4. Отенко І. П. Економічна безпека підприємства : навч. посіб. / І. П. Отенко, Г. А. Іващенко, Д. К. Воронков. – Харків : ХНЕУ, 2012 – 256 с.
Otenko I. P. Ekonomichna bezpeka pidpriemstva : navch. posib. / I. P. Otenko, H. A. Ivashchenko, D. K. Voronkov. – Kharkiv : KhNEU, 2012 – 256 s.
5. Структура функциональных составляющих экономической безопасности предприятия [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.safetyfactor>. – Назва з екрана.
Struktura funktsionalnykh sostavlyayushchikh ekonomicheskoy bezopasnosti predpriyatiya [Elektronniy resurs]. – Rezhim dostupu: <http://www.safetyfactor>. – Nazva z ekrana.
6. Шевченко І. В. Особливості формування економічної безпеки підприємства / І. В. Шевченко // Наука молода. – 2012. – № 10. – С. 18–23.
Shevchenko I. V. Osoblyvosti formuvania ekonomichnoi bezpeky pidpriemstva / I. V. Shevchenko // Nauka moloda. – 2012. – № 10. – S. 18–23.
7. Штамбург Н. В. Складові економічної безпеки підприємства / Н. В. Штамбург // Наука молода. – 2011. – № 1(4). – С. 490–496 с.

Shtamburh N. V. Skladovi ekonomichnoi bezpeky pidpriemstva / N. V. Shtamburh // Nauka moloda. – 2011. – № 1(4). – S. 490–496 s.

– Москва : Правовое посвящение, 2001. – 512 с.

8. Экономическая безопасность: энциклопедия / А. Г. Шаваев, А. Т. Багаутдинов.

Ekonomicheskaya bezopasnost: entsiklopediya / A. G. Shavayev, A. T. Bagautdinov. – Moskva : Pravovoye posveshcheniye, 2001. – 512 s.

В. А. Животенко, кандидат экономических наук (Высшее учебное заведение Укоопсоюза «Полтавский университет экономики и торговли»). **Оценка уровня экономической безопасности в системе антикризисного управления предприятием.**

Аннотация. Сегодняшние условия, созданные последними политическими и экономическими изменениями, влияют не только на состояние хозяйственной деятельности государственных предприятий, но и на другие предприятия национальной экономики. Ухудшение показателей деятельности предприятий, рано или поздно, приводит к зарождению и развитию кризисных явлений. Поэтому обеспечение необходимого уровня экономической безопасности является одним из первоочередных заданий предприятия. Цель статьи – раскрыть содержание понятия «экономическая безопасность» и составляющих, что обеспечивают ее необходимый уровень. Важной составляющей антикризисного управления определено экономическую безопасность и предложено подход к оценке ее уровня. Формирование эффективной системы антикризисного управления требует обеспечения высокого уровня экономической безопасности предприятия.

Ключевые слова: антикризисное управление, экономическая безопасность, ресурсный потенциал, потенциал стойкости, контроль.

V. Zhyvotenko, Cand. Econ. Sci. (Poltava University of Economics and Trade). **Assessment of the level of economic security in crisis management of enterprise.**

Summary. Current conditions created by recent political and economic changes not only influence economic activity of state enterprises, but also on other enterprises of the national economy. Deterioration of parameters of activity of the enterprises, sooner or later leads to the emergence and development of crisis phenomena. Maintenance of a necessary level of an economic security is one of prime tasks of the enterprise. Definition of concepts of economic security and the components that provide the necessary level. The economic security is a necessary component of crisis management it is, the proposed approach to the assessment of its level. Formation of effective system of crisis management requires a high level of economic security.

Keywords: crisis management, economic security, resource potential, potential of stability, control.

КОНКУРЕНТНІ ПЕРЕВАГИ ВІТЧИЗНЯНИХ ПІДПРИЄМСТВ: МАРКЕТИНГОВІ ЗАХОДИ ЩОДО ЇХ ФОРМУВАННЯ

О. В. ЗОЗУЛЬОВ, кандидат економічних наук
(Національний технічний університет України
«Київський політехнічний інститут»)

Анотація. *Практикуючим маркетологам стає все важче відстежувати та порівнювати ефективність і доцільність використання нових методів та інструментів маркетингу. З огляду на це необхідно визначити відповідну точку для формування системи маркетингових дій компанії, її методологічний базис і зв'язок із теорією конкуренції. У статті проаналізовано місце теорії конкуренції в методологічному базисі маркетингу, зв'язок конкурентних переваг підприємства із маркетинговими заходами. У ході дослідження зв'язку маркетингових заходів і інструментарію виконано такі завдання: показати місце маркетингу та теорії конкуренції в методологічній піраміді маркетингу; показати зв'язок маркетингових заходів із конкурентними перевагами та, зважаючи на це, розкрити економічну логіку використання найбільш поширеного маркетингового інструментарію. Маркетингова стратегія вітчизняних підприємств є похідною від обраних конкурентних переваг підприємства з урахуванням результатів, отриманих із трактування структурної та поведінкової конкуренції. Розуміння цього дозволяє чітко визначити напрями зосередження ресурсів компанії та підвищити ефективність використання нею капіталу.*

Ключові слова: конкурентоспроможність, конкурентні переваги, маркетинговий інструментарій, маркетингові стратегії.

Останні два десятиріччя відбувався стрімкий розвиток теорії та методології маркетингу. З появою та розповсюдженням Інтернету в теорії маркетингу спостерігається лавиноподібний потік публікацій про нові методи й інструменти маркетингу.

Проблемам теорії конкуренції присвячені праці А. Сміта, Д. Рікардо, К. Маркса, А. Маршалла, Дж. Хікса, Й. Шумпетера, Д. Робінсона, Ф. Хайєка, М. Портера [15], А. Юданова [19], Р. Фатхуднінова, К. Фляйшера, В. Геєця та ін. Положення теорії та методології маркетингу висвітлені в працях таких видатних зарубіжних і вітчизняних учених, як Ф. Котлер [10], К. Келлер [10], Д. Дей, Д. Джобер, А. Павленко [14], А. Войчак [3], Н. Куденко [11, 12] та ін.

На основі проведеного аналізу наукової літератури ми дійшли висновку, що в сучасній теорії маркетингу бракує публікацій про тео-

ретико-методологічні засади маркетингу, його зв'язок із конкурентними перевагами підприємства. Саме це й обумовило мету цього дослідження – аналіз місця теорії конкуренції в методологічному базисі маркетингу, зв'язок конкурентних переваг підприємства із маркетинговими заходами.

Попередні праці автора були спрямовані на визначення місця маркетингу у теорії конкуренції [4, 5, 7, 8]; у деяких працях розглянуто також і сутність конкурентних переваг [6].

Методологічною базою цього дослідження послуговували положення економічної теорії, теорії конкуренції, а також теоретико-методологічні положення теорії маркетингу.

Під час дослідження зв'язку маркетингових заходів та інструментарію були поставлені такі завдання: 1) показати місце маркетингу та теорії конкуренції в методологічній піраміді маркетингу; 2) показати зв'язок маркетин-

гових заходів із конкурентними перевагами; найбільш поширеного маркетингового інструментарію (рис. 1).
 3) розкрити економічну логіку використання



Рис. 1. Маркетинговий інструментарій як похідна від методологічних рівнів маркетингу (авторська розробка)

Проведений аналіз і узагальнення означеного маркетингового інструментарію згідно з теорією конкуренції дозволив сформулювати концептуальну методологічну піраміду маркетингу (рис. 2).

З рис. 2 видно, що маркетинг має три методологічні рівні: загальнонауковий (I), рівень

конкретного наукового (економічного) напряму (II) та, власне, свою методологію (III). Стисло охарактеризуємо їх. Відправною точкою, на яку спрямовано дії менеджменту підприємства, є підвищення ефективності використання капіталу. З рис. 1 видно, що за умов сучасного законодавства для підприємства

можливі лише два перші напрями отримання доданої вартості, які й були взяті за основу для подальших досліджень. Збільшення ефективності використання активів передбачає підвищення продуктивності праці, зменшення вартості факторів виробництва тощо. Обмін – обмінні операції за суб'єктами зовнішнього (споживачі, постачальники, фінансові посе-

редники та т. ін.) і внутрішнього (зокрема персонал) середовища підприємства. Вилучення – законодавчо врегульовані методи прямого (вилучення коштів із депозитних рахунків, маніпулювання оціночною вартістю активів підприємства) або латентного (наприклад: емісія грошей, керовані курсові коливання) вилучення коштів.

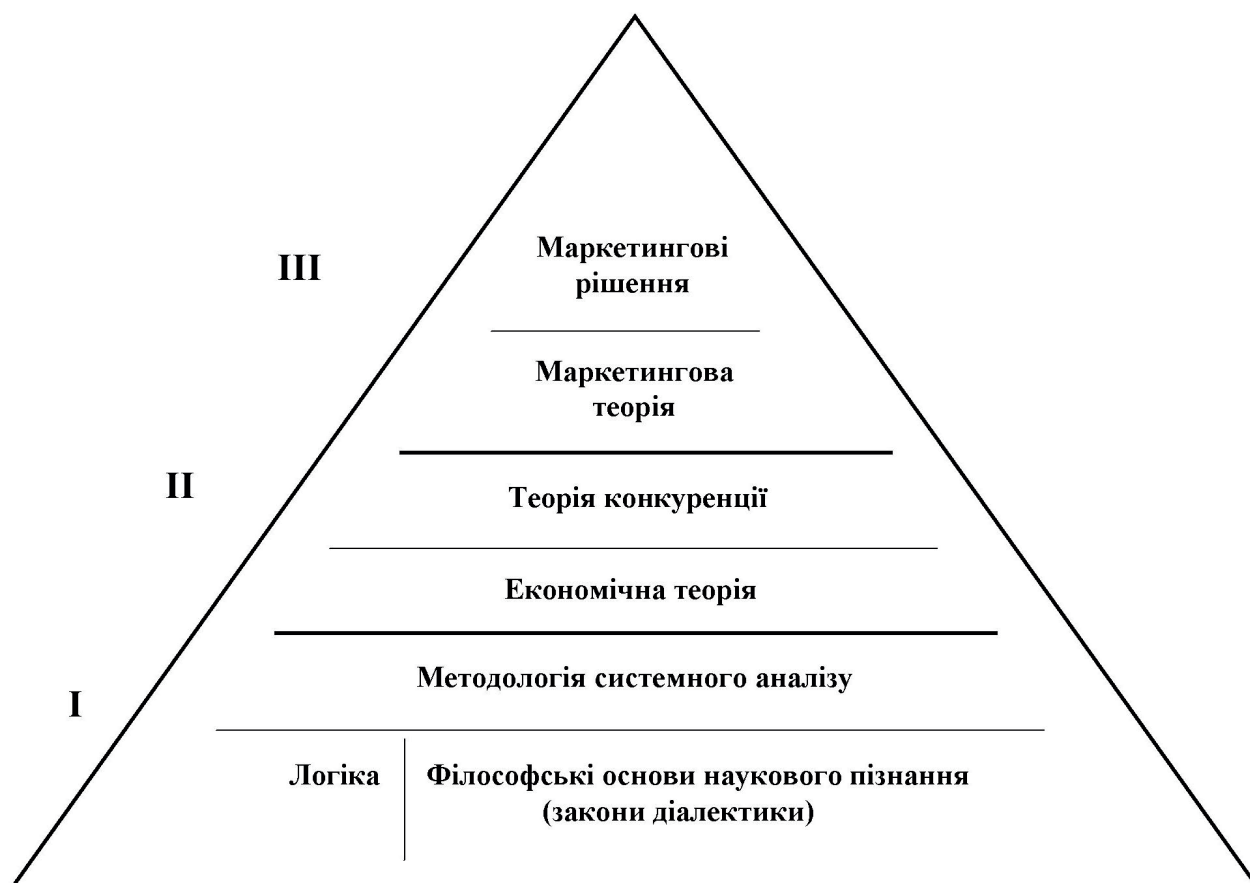


Рис. 2. Методологічна піраміда рівнів маркетингу (авторська розробка)

Наступний рівень – рівень теорії систем або як у нас його називають – системного аналізу. На цьому рівні з погляду маркетингу як інструменту посилення конкурентних переваг підприємства важливим є принципи, підхід (системний), ідея (використання внутрішньої енергії об'єкту (у нашому випадку – ринку) управління) та ознака (емергентність) оптимального управління.

Наступний рівень – рівень економічної теорії. В маркетингу використовують два методологічних фундаменти на цьому рівні: політекономії та економіксу. Перший – надає

можливість дослідити сутність економічного явища, проте не надає його кількісних оцінок. Проте він дозволяє визначити базові сім елементів, якими може маніпулювати маркетолог: вартість, споживча вартість, попит, пропозиція, якість конкурентного середовища, ціна та психологія її сприйняття, система цінностей потенційних споживачів. Чим саме можна, не можна та доцільно маніпулювати надає структурна трактовка конкуренції. Маркетолог має визначити, яким є природний стан конкурентної ситуації на ринку (чиста конкуренція, монополістична, олігополістич-

на конкуренція або чиста монополія), в якому стані він знаходиться, завдяки яким маркетинговим маніпуляціям, який маркетинговий інструментарій доцільно застосувати задля збільшення диспаритетності ринкового обміну як основного об'єкта уваги маркетолога.

Проте в межах однієї структурної ситуації на ринку одні підприємства виграють у конкурентній боротьбі, а інші програють. Існує три основні способи отримання конкурентних переваг: стати кращим самому, безпосередньо послабити конкурентів або змінити саме ринкове середовище (рис. 3).

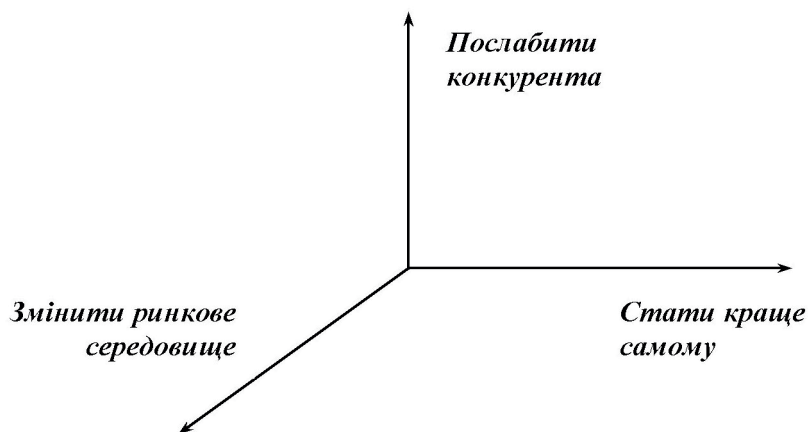


Рис. 3. Способи отримання конкурентних переваг підприємством (розробка автора)

У першому випадку підприємство застосовує сукупність заходів, спрямованих на вдосконалення власної діяльності (диференціація та/або лідерство за витратами, за М. Портером). Наприклад, покращення якості продукції, зменшення її собівартості. У другому випадку діяльність компанії спрямована на безпосереднє послаблення конкурентів. За виключенням кримінальних і напівкримінальних заходів, що широко застосовуються у вітчизняній практиці, це можуть бути й легальні методи, наприклад, переманювання найдосвідченіших кадрів, створення переговорів конкурентам у доступі до каналів розповсюдження товарів через укладання угод на ексклюзивну дистрибуцію тощо.

Якщо ж неможливо використати два перші способи або якщо їх можливості вичерпані, то компанії часто, особливо останнім часом як в Україні, так й на Заході, намагаються змінити саме середовище, у якому вони конкурують. Для цього компанії можуть використовувати незалежні, кооперативні стратегії або стратегії ринкового маневрування.

Систему заходів, яку можуть використовувати вітчизняні підприємства, наведена на рис. 4. Існує два антагоністичні погляди на

можливості отримання конкурентних переваг. Згідно із традиційним і найбільш поширеним поглядом конкурентні переваги компанія отримує у процесі роботи на ринку. Перші невдачі не повинні відлякувати компанію від роботи на певному ринку.

Працюючи за принципом «проб і помилок» фірма з часом досягне певних конкурентних переваг. Іншої позиції щодо можливостей отримання конкурентних переваг дотримуються представники школи, яку можна умовно назвати «школою перманентних переваг». Представники цієї школи вказують на те, що, дійсно, певні конкурентні переваги можна отримати у процесі «ринкового навчання», проте стратегічні переваги є природними, перманентними й обумовлені середовищем, у якому працює фірма.

Для отримання конкурентних переваг компанії спочатку потрібно визначитися із підходами, які будуть застосовуватися для цього. Аналіз таких підходів достатньо вичерпно проведено у статі Дж. Дея та Р. Венслі. Згідно з цими авторами існує два основних підходи до отримання конкурентних переваг: підхід, акцентований на споживачах, підхід, акцентований на конкурентах.



Рис. 4. Структура заходів для посилення конкурентоспроможності підприємства (розробка автора)

Підхід, акцентований на споживачах, передбачає, що фірма отримує конкурентні переваги у разі, якщо її товари кращі, ніж товари конкурентів, задовольняють потреби споживачів. З огляду на це, вважається, що цей підхід є більш задовільним із погляду концепції маркетингу. Щоб його застосувати, фірмі слід сконцентруватися на потребах споживачів, застосувавши методи, які працюють із

об'єктивною та суб'єктивною (сприйнятою) якістю товару. У цьому випадку носієм конкурентної переваги та об'єктом маркетингового впливу є свідомість споживача.

На противагу попередньому підходу, який акцентований на конкурентах, цей зосереджується на політиці протидії конкурентам. У межах цього підходу можна використовувати два способи досягнення конкурентних

Таблиця 1

Маркетинговий інструментарій отримання конкурентних переваг залежно від обраної економічної логіки

| Логіка зростаючих ринків | | Логіка зрілих ринків | | Логіка «закритих» (перерозподілених) ринків | | |
|--|---|--|--|---|---|---|
| Екстенсивне зростання | Інтенсивне зростання | Диференціація | | Інтенсифікація потреб існуючих споживачів | Формування потреб | Задоволення «додаткових» потреб |
| За рахунок розширення ринку. Ланцюг: гроші - ресурси виробництва - товар - розподілення - гроші: реінвестиції & «депозит» | За рахунок: - ефекту масштабу - ефекту досвіду | Ринкове позиціонування (маніпулювання споживчою вартістю товару) | Ринкове позиціонування (маніпулювання споживчою вартістю товару) | Прискорення морального зносу товару | Стратегія «блакитного океану» | Лояльність |
| | Додаткове мотивування підприємства до «спіралі укрупнення підприємства» | Суб'єктивна якість | Об'єктивна якість | Прискорення фізичного зносу товару | Кастомізація | Vendor Lock-in |
| | «Спіраль укрупнення підприємства» | Рекламне позиціонування | Модифікація властивостей товару | Техніко-технологічне маніпулювання «фізичними» властивостями товару | | |
| | Стратегії зростання компанії | Найм (name) | Модифікація товару та/або продуктової лінійки підприємства | Сильний бренд (power brand) | | |
| | | Бренд (brand) | | | | |
| Прибуток – функції від зростання обсягів продажу | Прибуток – функції від зростання обсягів продажу | Прибуток – функція від диференціації торгової марки підприємства | | Прибуток – функція від ступеню інтенсифікації потреб споживачів | Прибуток – функція від кількості та якості послуг та сервісів | Прибуток – функція від недопущення зростання витрат на залучення споживачів |
| Прибуток – функція від підвищення продуктивності праці | | | | | | Прибуток – функція від завищення цін на комплексуючі, послуги, ком-плектарні товари |

переваг: лідерство за витратами та сукупність дій із погіршення якості конкурентного середовища.

Як свідчить світова практика, керівництво компаній, як правило, віддає перевагу одному з підходів. Проте, щоб утримувати конкурентні переваги тривалий період, потрібно дотримуватися балансу між цими підходами.

Для реалізації обраних конкретних переваг, потрібно застосовувати релевантний маркетинговий інструментарій. У ході аналізу наукових публікацій із означеної проблематики, ми визначили та узагальнили економічні логіки, що визначають доцільність застосування різноманітних маркетингових інструментів (табл. 1).

З табл. 1 видно, що наведені економічні логіки сформовані зі схемою: стадія формування ринку – маркетинговий інструментарій – джерело отримання прибутку. В основу класифікації ринку були покладені теоретичні положення щодо життєвого циклу ринку та товару, положення теорії конкуренції в межах її структурної та поведінкової трактовки. З метою підвищення утилітарності використання маркетингологами-практиками за критерій класифікації було взято укрупнені стадії формування ринку:

1) зростаючі ринки, що характеризуються зростанням ємності ринку, а на перших етапах формування, до того ж, це ринки виробника (попит перевищує пропозицію);

2) зрілі ринки, які характеризуються низкою чинників, зокрема, на них попит перевищує пропозицію, це організовані ринки із, як правило, визначеними лідерами ринку, для яких притаманне постійне зростання індексів монополізації та показників консолідації ринку;

3) «закриті» ринки – консолідовані, технологічно зрілі ринки, зі сталим розподілом ринкових часток основних гравців, які мають захист своїх ринків збуту від посягань інших компаній. «Відкрити» такі ринки можна лише за рахунок проривних технологічних новацій.

Отже, маркетингова стратегія вітчизняних підприємств є похідною від обраних конкурентних переваг підприємства з урахуванням результатів, отриманих зі структурної та пове-

дінкової трактовки конкуренції. Обрання компанією конкретного маркетингового інструментарію реалізації конкурентних переваг визначається станом його маркетингового та внутрішнього середовища, закладеною економічною логікою маркетингових дій. Розуміння цього дозволяє чітко визначити напрями зосередження ресурсів компанії та підвищити ефективність використання нею капіталу.

ЛІТЕРАТУРА

1. Day G. S. *Assessing Advantage: A Framework for Diagnosing Competitive Superiority* / Day G. S., Wensley R. // *Journal of Marketing*, April. – 1988.
2. Базилевич В. Д. *Економічна теорія: Політекономія* : підручник / В. Д. Базилевич. – 6-е вид., перероб. і допов. – Київ : Знання-Прес, 2007. – 719 с.
Bazylevych V. D. *Ekonomichna teoriia: Politekonomiia* : pidruchnyk / V. D. Bazylevych. – 6-e vyd., pererob. i dopov. – Kyiv : Znannia-Pris, 2007. – 719 s.
3. Войчак А. В. *Маркетинговий менеджмент* / Войчак А. В. – Київ : КДЕУ, 1996. – 254 с.
Voichak A. V. *Marketynhovyi menedzhment* / Voichak A. V. – Kyiv : KDEU, 1996. – 254 s.
4. Зозулєв А. В. *О методологических основах формирования эффективных маркетинговых решений в бизнесе* / Зозулєв А. В. // *Маркетинговые исследования в Украине*. – 2009. – № 5 (36). – С. 82–89.
Zozulev A. V. *O metodologicheskikh osnovakh formirovaniya effektivnykh marketingovykh resheniy v biznese* / Zozulev A. V. // *Marketingovyie issledovaniya v Ukraine*. – 2009. – № 5 (36). – S. 82–89.
5. Зозулєв А. В. *Промышленный маркетинг: рыночная стратегия* : учеб. пособие / Зозулєв А. В. – Київ : Центр учебной л-ры, 2010. – 576 с.

- Zozulev A. V. Promyshlenny marketing: rynochnaya strategiya : ucheb. posobiye / Zozulev A. V. – Kiiv : Tsentr uchebnoy l-gy, 2010. – 576 s.
6. Зозульов О. Про посилення конкурентних переваг підприємства / Зозульов О. // Економіка України. – 2003. – № 8 (501). – С. 33–38.
- Zozulov O. Pro posylennia konkurentnykh perevah pidpriemstva / Zozulov O. // Ekonomika Ukrainy. – 2003. – № 8 (501). – S. 33–38.
7. Зозульов О. Бренд як нематеріальний актив у постіндустріальному суспільстві / Зозульов О. // Економіка України. – 2008. – № 3 (556). – С. 4–11.
- Zozulov O. Brend yak nematerialnyi aktiv u postindustrialnomu suspilstvi / Zozulov O. // Ekonomika Ukrainy. – 2008. – № 3 (556). – S. 4–11.
8. Зозульов О. В. Ринкове позиціонування: з чого починається створення успішних брендів / Зозульов О. В., Писаренко Н. Л. – Київ : Знання-Прес, 2004. – 199 с.
- Zozulov O. V. Rynkove pozytsionuvannia: z choho pochynaietsia stvorennia uspishnykh brendiv / Zozulov O. V., Pysarenko N. L. – Kyiv : Znannia-Pres, 2004. – 199 s.
9. Классика маркетинга / сост. Энис Б. М., Кокс К. Т, Моква М. П. – Санкт-Петербург : Питер, 2001. – 752 с.
- Klassika marketinga / Sost. Enis B. M., Koks K. T, Mokva M. P. – Sankt-Piterburg : Piter, 2001. – 752 s.
10. Котлер Ф. Маркетинг менеджмент. / Котлер Ф., Келлер К. Л. – 12-е изд. – Санкт-Петербург : Питер, 2006. – 816 с.
- Kotler F. Marketing menedzhment. / Kotler F., Keller K. L. – 12-e izd. – Sankt-Piterburg : Piter, 2006. – 816 s.
11. Куденко Н. В. Маркетингове позиціонування: різновиди та взаємозв'язок категорій / Н. В. Куденко, К. І. Комліченко // Формування ринкової економіки : зб. наук. пр. Спец. вип. «Маркетинг: теорія і практика», ч. 1. – Київ : КНЕУ, 2007. – С. 393–403.
- Kudenko N. V. Marketynhove pozytsionuvannia: riznovydy ta vzaiemozv'iazok katehori. / N. V. Kudenko, K. I. Komlichenko // Formuvannia rynkovoї ekonomiky : zb. nauk. pr. Spets. vyp. «Marketynh: teoriia i praktyka», ch. 1. – Kyiv : KNEU, 2007. – S. 393–403.
12. Куденко Н. В. Маркетингові стратегії фірми : монографія / Н. В. Куденко. – Київ : КНЕУ, 2002. – 245 с.
- Kudenko N. V. Marketynhovi stratehii firmy : monohrafiia / N. V. Kudenko. – Kyiv : KNEU, 2002. – 245 s.
13. Минцберг Г. Школы стратегий / Минцберг Г., Альстрэнд Б., Лэмпбел Дж ; пер. с англ. под ред. Ю. Н. Каптуревского. – Санкт-Петербург : Питер, 2000. – 336 с.
- Mintsberg G. Shkoly strategiy / Mintsberg G., Alstrend B., Lempbel Dzh ; per. s angl. pod red. Yu. N. Kapturevskogo. – Sankt-Piterburg : Piter, 2000. – 336 s.
14. Павленко А. Ф. Маркетинг : підручник / А. Ф. Павленко, І. Л. Решетникова, А. В. Войчак ; за наук. ред. А. Ф. Павленко; кер. авт. кол. І. Л. Решетникова. – Київ : КНЕУ, 2008. – 600 с.
- Pavlenko A. F. Marketynh : pidruchnyk / A. F. Pavlenko, I. L. Reshetnykova, A. V. Voichak ; za nauk. red. A. F. Pavlenko; ker. avt. kol. I. L. Reshetnykova. – Kyiv : KNEU, 2008. – 600 s.
15. Портер М. Е. Стратегія конкуренції. Методика аналізу галузей і діяльності конкурентів / Портер М. Е. ; пер. з англ. А. Олійника та Р. Скіпальського. – Київ : Основи, 1997. – 390 с.

- Porter M. E. Stratehiia konkurentzii. Metodyka analizu haluzei i diialnosti konkurentiv / Porter M. E. ; per. z anhl. A. Oliinyka ta R. Skipalskoho. – Kyiv : Osnovy, 1997. – 390 c.
16. Райс Э. Позиционирование: битва за узнаваемость / Райс Э., Траут Дж. ; пер. а англ. под ред. Ю. Н. Капшуревского. – Санкт-Петербург : Питер, 2001. – 256 с.
- Rays E. Pozitsionirovaniye: bitva za uznavaemost / Rays E., Traut Dzh. ; per. a angl. pod red. Yu. N. Kapshurevskogo. – Sankt-Piterburg : Piter, 2001. – 256 s.
17. Хулей Греем. Маркетинговая стратегия и конкурентное позиционирование : [пер. с англ.] / Хулей Грем, Сондерс Джон, Пирси Найджел. – Днепропетровск : Баланс Бизнес Букс, 2005. – 800 с.
- Khuley Greyem. Marketingovaya strategiya i konkurentnoye pozitsionirovaniye : [per. s angl.] / Khuley Grem, Sonders Dzhon, Pirsi Naydzhel. – Dnepropetrovsk : Balans Biznes Buks, 2005. – 800 s.
18. Юданов А. Ю. Конкуренция: теория и практика : учеб.-практ. пособие / Юданов А. Ю. – 2-е изд. испр. и доп. – Москва : Тандем: Гном-пресс, 1998. – 384 с.
- Yudanov A. Yu. Konkurentsia: teoriya i praktika : ucheb.-prakt. posobiye. – 2-e izd. ispr. i dop. – Moskva : Tandem: Gnom-press, 1998. – 384 s.

А. В. Зозулев, кандидат экономических наук (Национальный технический университет Украины «Киевский политехнический институт»). **Конкурентные преимущества отечественных предприятий: маркетинговые мероприятия по их формированию.**

Аннотация. Практикующим маркетологам становится все труднее отслеживать и сравнивать эффективность и целесообразность использования новых методов и инструментов маркетинга. Это обуславливает необходимость определения отправной точки для формирования системы маркетинговых действий компании, ее методологический базис и связь с теорией конкуренции. В статье проанализировано место теории конкуренции в методологическом базисе маркетинга, связь конкурентных преимуществ предприятия с маркетинговыми мероприятиями. При исследовании связи маркетинговых мероприятий и инструментария мы исходили из следующих задач: показать место маркетинга и теории конкуренции в методологической пирамиде маркетинга; показать связь маркетинговых мероприятий с конкурентными преимуществами и, исходя из этого, раскрыть экономическую логику использования наиболее распространенного маркетингового инструментария. Маркетинговая стратегия отечественных предприятий является производной от выбранных конкурентных преимуществ предприятия с учетом результатов, полученных со структурного и поведенческого определения конкуренции. Понимание этого позволяет четко определить направления сосредоточения ресурсов компании и повысить эффективность использования ею капитала.

Ключевые слова: конкурентоспособность, конкурентные преимущества, маркетинговый инструментарий, маркетинговые стратегии.

O. Zozul'ov, Cand. Econ. Sci. (National Technical University of Ukraine «Kyiv Polytechnic Institute»). **Competitive advantages domestic enterprises: marketing activities to their formation.**

Summary. Practitioners marketers becoming increasingly difficult to track and compare the effectiveness and feasibility of using new methods and marketing tools. This necessitates the definition of a starting point for the formation of systems marketing activities of the company, its methodological basis and communication with the theory of competition. The analysis places the theory of competition in the methodological basis of marketing, communication competitive advantage of marketing

activities. In the study of marketing activities and communication tools out of the following purposes: to show the place of marketing and the theory of competition in the methodological pyramid marketing; show the relationship marketing activities of competitive advantages and, on this basis; The economic logic of the use of the most advanced marketing tools. The marketing strategy of domestic enterprises is a derivative selected under the competitive advantage with regard to the results obtained from the structural and behavioral definition of competition. Understanding this allows you to clearly identify the concentration of resources and more efficient use of its capital.

Keywords: *competitiveness, competitive advantage, marketing tools, marketing strategies.*

МОТИВАЦІЯ ПЕРСОНАЛУ АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ В УМОВАХ ЄВРОІНТЕГРАЦІЙНИХ ПЕРЕТВОРЕНЬ

Н. Л. ГАВКАЛОВА, доктор економічних наук
(Харківський національний економічний університет)

Анотація. Для успішного функціонування і процвітання аграрні підприємства повинні використовувати знання і вміння працівників, допомагати їм розкривати свій інтелектуальний і творчий потенціал. За цих умов ключового значення набуває мотивація персоналу, яка забезпечує ефективність процесу управління на підприємстві. Мета статті – обґрунтувати особливості мотивації персоналу аграрних підприємств. У статті проаналізовані особливості мотивації персоналу аграрних підприємств і запропонований відповідний інструментарій. Постійні зміни у зовнішньому та внутрішньому середовищі аграрних підприємств призвели до посилення ролі персоналу, його знань, умінь і навичок у забезпеченні ефективного їх функціонування і розвитку. Це зумовило необхідність виявлення та використання дієвого інструментарію (методів і засобів) для спонукання персоналу до якісного виконання своїх трудових функцій.

Ключові слова: мотивація персоналу, аграрні підприємства, система винагородження, форми, методи, засоби.

Процеси, що відбуваються в агропромисловому комплексі та сільському господарстві, є надважливими в умовах євроінтеграційних перетворень. Вагоме місце у забезпеченні успішного функціонування та процвітання аграрних підприємств відіграє персонал. Тому перед керівництвом підприємств постає надскладне завдання впливати на персонал за допомогою відповідних інструментів і методів, які спрямують його поведінку на досягнення цілей підприємства і забезпечать задоволення власних потреб. Тобто ключова роль належить мотивації, яка не тільки поєднує цілі підприємства та персоналу, але й забезпечує ефективність процесу управління на підприємстві.

Теоретичні засади формування й розвитку системи мотивації персоналу визначено у працях відомих зарубіжних і вітчизняних учених, а саме: М. Дороніної, А. Кібанова, А. Колота, О. Крушельницької, Ш. Ричи, М. Семікіної та ін. Дослідженню особливостей мотивації праці персоналу сільськогосподарських підприємств України присвячені праці О. Гніденко, Ю. Данько, В. Жмайлова та

інших учених. Аналіз наукових напрацювань з управління персоналом дозволяє стверджувати, що недостатньо досліджені теоретичні та практичні проблеми мотивації персоналу саме аграрних підприємств, тому метою нашого дослідження є обґрунтування особливостей мотивації персоналу аграрних підприємств. Об'єктом дослідження є мотивація персоналу аграрного підприємства. Предмет дослідження – теоретичні, методичні та практичні аспекти формування системи мотивації персоналу аграрних підприємств.

Детальний аналіз науково-практичної літератури щодо розуміння сутності мотивації свідчить про відсутність єдиного підходу стосовно її визначення. Так, переважна більшість учених розуміє мотивацію як сукупність спонукальних факторів, причин і мотивів [7, 12]. Інші трактують її як певний механізм, процес [6, 9]. Найбільш точно сутність мотивації розкривається, якщо розглядати її як у статистиці, так і в динаміці, тобто як процес цілеспрямованого впливу на сукупність спонукальних факторів, які визначають трудову поведінку

людини, з метою досягнення цілей підприємства і персоналу.

Система мотивації персоналу включає форми, методи, засоби мотиваційного впливу, які враховують специфіку праці сільськогосподарської галузі та адекватні ситуації. Через методи управління здійснюється сама управлінська діяльність. У більшості досліджуваних робіт метод управління визначається як сукупність прийомів і способів впливу на об'єкт управління для досягнення поставленої мети [2, 13]. Погоджувачись із таким визначенням,

значимо, що коректним є визначення методу як організації прийомів і способів, що забезпечує досягнення цілі [8]. Тобто метод включає прийоми та способи, причому прийом розглядається як певна дія, рух. Спосіб – як порядок застосування інструментів і засобів. Так, К. Наумік методи мотивації персоналу розуміє як сукупність прийомів і способів спонукання працівників для досягнення цілей організації на основі узгодження їх цілей і цілей організації шляхом постійного дослідження та активізації структури мотивів праці [4].

Таблиця 1

Особливості застосування методів і засобів мотивації персоналу аграрних підприємств

| Методи та засоби мотивації, що використовуються на підприємстві | | Сутність і особливості застосування для персоналу аграрних підприємств |
|---|---|---|
| Організаційно-адміністративні | Накази, розпорядження | Спираються на владу, дисципліну, відповідальність. На їх використання майже не потрібні витрати фінансових ресурсів. Використовуються як обов'язкова регламентація поведінки з метою розроблення узгоджувальних заходів, надання рекомендацій |
| | Санкції | |
| | Консультації | |
| | Роз'яснення | |
| Економічні | Премії | Реалізуються за рахунок економічного стимулювання, впливу на економічні інтереси працівників. На їх застосування потрібні значні витрати фінансових ресурсів підприємства. Переважають такі засоби мотивації, як заробітна плата, премії, надбавки тощо |
| | Матеріальна відповідальність за невиконання завдань | |
| | Допомога на оздоровлення | |
| | Надання кредитів | |
| | Медичне страхування | |
| | Оплата путівок | |
| | Участь у прибутках (бонуси) | |
| Освітньо-виховні | Підвищення кваліфікації | Базуються на зміні ціннісних орієнтацій, світогляду особистості у напрямі, що забезпечує ефективне функціонування підприємства. На їх використання здебільшого потрібні витрати фінансових ресурсів |
| | Навчання за рахунок підприємства | |
| | Наставництво | |
| Психологічні | Нагорода грамотами, медалями | Спираються на об'єктивні закони функціонування і розвитку людської психіки. На їх використання майже не потрібні витрати фінансових ресурсів |
| | Особиста подяка керівника за добре виконану роботу | |
| Соціальні | Залучення робітників, які відзначилися, до процесу прийняття рішень | Базуються на використанні соціально-психологічних механізмів, що діють у колективі, врахування наявності в ньому формальних і неформальних груп, особистостей із різними ролями та статусами тощо. На їх застосування майже не потрібні витрати фінансових ресурсів |
| | Делегування повноважень | |
| | Неформальне спілкування | |
| | Певна свобода дій, можливість самостійно приймати рішення | |
| | Кар'єра | |

У складі методів впливу на поведінку персоналу (методів мотивації) теоретики та практики традиційно виокремлюють економічні, організаційно-адміністративні, соціально-психологічні методи [1, 4, 11, 14]. Через зміну ролі людини і характеру її впливу на діяльність підприємства посилюється акцентування уваги на освітньо-виховних методах, що дозволить суттєво змінити поведінку людини. Крім того, з огляду на постійний розвиток науки і техніки персонал має постійно оволодівати новими технологіями та технічними пристроями. Характеристика перелічених методів і засобів мотивації та визначення сутності й особливостей їх застосування для персоналу аграрних підприємств подано в табл. 1.

Зазначимо, що система мотивації персоналу аграрних підприємств повинна враховувати специфіку галузі:

- сезонність, яка тільки ускладнює процес стимулювання;

- залежність результатів праці персоналу від природно-економічних і погодно-кліматичних умов регіону;

- відсутність бажання у більшій частині сільського населення працювати на аграрних підприємствах, воно віддає перевагу роботі у власних особистих селянських господарствах;

- поступовий відтік кваліфікованих ресурсів із села через відсутність повної зайнятості та нерозвиненість соціальної інфраструктури.

Необхідно акцентувати увагу на тому, що доходи населення, зайнятого у сільському господарстві, значно нижчі, ніж у середньому в народному господарстві (рис. 1). Така ситуація свідчить про домінування як засобу мотивації заробітної плати серед персоналу аграрних підприємств. Окрім цього, така тенденція не сприяє виконанню завдання по зростанню престижності сільськогосподарської праці.

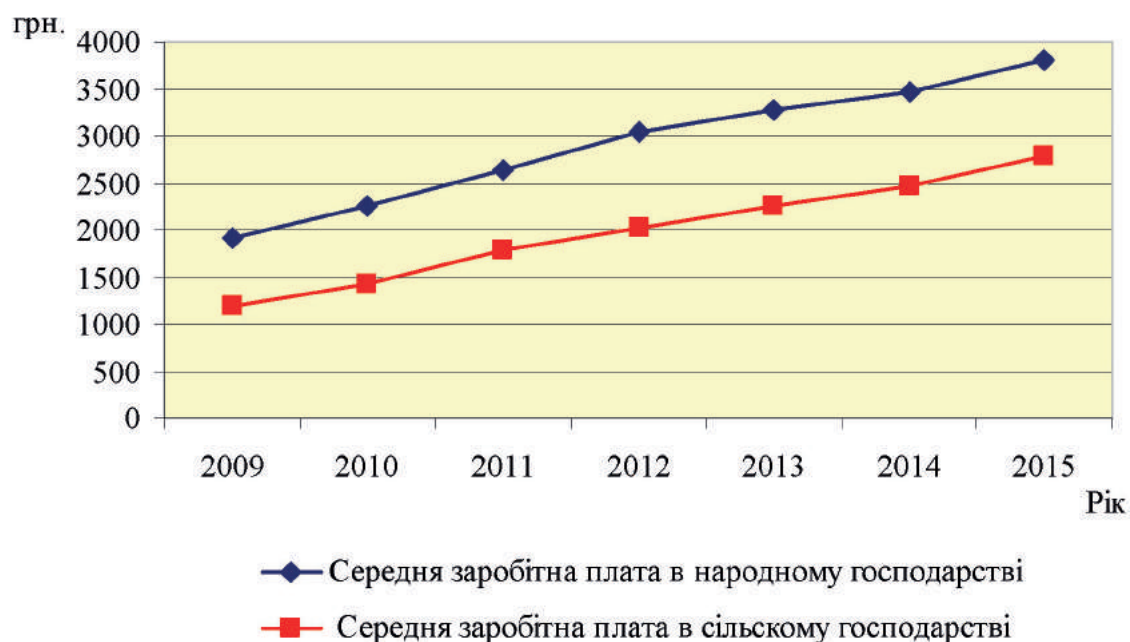


Рис. 1. Динаміка середньої заробітної плати в сільському господарстві та в народному господарстві за 2009–2015 рр. (побудовано за даними [10])

Отже, важливе місце у системі мотивації персоналу аграрних підприємств належить системі винагородження. За А. Кібановим [15], винагородження праці – це сформована, або яка тільки формується на підприємстві, си-

стема достойної оцінки праці кожного працівника і персоналу загалом, яка включає як матеріальні форми оплати за певну кількість і якість праці, так і види морального заохочення, загального визнання трудового внеску.

Саме система винагородження праці дозволяє максимально врахувати потреби, інтереси, цілі персоналу та пов'язати їх із цілями підприємства. Так, ще Е. Лоулер вважав, що системи винагороди «допомагають стимулювати розвиток ефективності шляхом впливу на індивідуальну та організаційну поведінку» [16]. Система винагородження персоналу повинна базуватися на принципах [11]: оптимальності (оптимального поєднання матеріального та нематеріального винагородження); універсальності (система винагородження повинна однаково функціонувати у всіх структурних підрозділах підприємства); прозорості (робітник повинен відчувати пряму залежність між своєю працею та можливістю винагороди); своєчасності (винагорода не повинна затримуватися); справедливості (винагорода повинна враховувати вклад і результати праці працівника); диференційованості (винагорода повинна враховувати індивідуальні потреби, цілі, трудовий внесок кожного працівника); відповідності цілям підприємства (система винагородження повинна сприяти досягненню цілей підприємства); гнучкості (винагорода повинна включати постійну та змінну складові), прогресивності тощо.

Винагорода – це все те, що працівник вважає значимим, цінним, отже, вона повинна відповідати найбільш значимим і найменш задоволеним його потребам і цілям, тобто її основою мають бути резерви мотиваційного впливу. На більшості аграрних підприємств такими резервами є заробітна плата, прозора оцінка праці, визнання і схвалення результатів роботи, можливість кар'єрного росту, підвищення кваліфікації, отримання нових знань і навичок, зручний графік роботи, високий рівень відповідальності, можливість творчого і особистого зростання, рівень контролю за роботою.

Отже, з метою визначення особливостей формування та розвитку системи мотивації персоналу саме аграрних підприємств було проведено соціологічне дослідження, унаслідок якого було виявлено таке:

- керівництво переважної більшості аграрних підприємств ігнорує такі ключові

принципи мотивації, як справедливість і ефективність, оптимальність, гнучкість, прогресивність (тобто система винагородження персоналу не відповідає передовим аналогам);

- більшість потреб та інтересів підприємств і персоналу не задовольняються в повному обсязі;

- методи й засоби мотиваційного впливу, які використовують на підприємствах, не враховують специфіку сільськогосподарської галузі;

- переважає використання організаційно-адміністративних і економічних методів мотивації;

- не використовуються на підприємствах освітньо-виховні методи впливу, неактивно застосовуються соціальні та психологічні методи, однак саме в них закладено потенціал гармонізації потреб, інтересів, цілей персоналу та підприємства. Окрім цього, вони не потребують значних витрат фінансових ресурсів.

Хоча матеріальні фактори (заробітна плата, премії) значною мірою впливають на мотивацію персоналу аграрних підприємств, покладатися лише на ці чинники некоректно та недоцільно. Це пов'язано з тим, що: 1) персонал звикне до такого впливу і використанні ресурси перевищуватимуть отриманий результат; 2) не всі підприємства мають вільні кошти для впровадження і використання таких засобів мотивації; 3) зі зростанням статку та добробуту громадян матеріальні чинники стануть менш важливими.

Отже, процес мотивації є досить складним об'єктом дослідження, який постійно змінюється під впливом як внутрішнього, так і зовнішнього середовища, тому необхідно постійно відстежувати відповідність потреб, інтересів, цілей персоналу та підприємства. Головним завданням системи мотивації персоналу аграрних підприємств є: утримання та збереження на селі висококваліфікованих спеціалістів, залучення нових працівників високої кваліфікації, стабілізація трудового колективу, стимулювання персоналу до підвищення своїх професійних знань, умінь і навичок.

ЛІТЕРАТУРА

1. Большаков А. С. Современный менеджмент организаций: теория и практика / А. С. Большаков, А. И. Шлафман, В. И. Михайлов. – Санкт-Петербург : Изд-во Политехн. ун-та, 2011. – 370 с.
Bolshakov A. S. Sovremennyy menedzhment organizatsiy: teoriya i praktika / A. S. Bolshakov, A. I. Shlafman, V. I. Mikhaylov. – Sankt-Peterburg : Izd-vo Politekh. un-ta. 2011. – 370 s.
2. Гладышев А. Г. Социальный менеджмент / А. Г. Гладышев, В. Н. Иванов, В. И. Патрушева. – Москва : Гардарики, 2009. – 296 с.
Gladyshev A. G. Sotsialnyy menedzhment / A. G. Gladyshev, V. N. Ivanov, V. I. Patruseva. – Moskva : Gardariki, 2009. – 296 s.
3. Гніденко О. А. Мотивація ефективної праці в сільськогосподарських підприємствах : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук : спец. 08.09.01 «Демографія, економіка праці, соціальна економіка і політика» / О. А. Гніденко. – Київ, 2000. – 19 с.
Gnidenko O. A. Motivatsiya effektivnoi pratsi v silskogospodarskikh pidpriemstvakh : avtoref. dis. na zdobuttya nauk. stupenya kand. ekon. nauk : spets. 08.09.01 «Demografiya, ekonomika pratsi, sotsialna ekonomika i politika» / O. A. Gnidenko. – Kiiv. 2000. – 19 s.
4. Доронина М. С. Управление мотивацией : [науч. изд.] / М. С. Доронина, Е. Г. Наумик, О. В. Соловьев. – Харьков : Изд-во ХНЭУ, 2006. – 240 с.
Doronina M. S. Upravleniye motivatsiyey : [nauch. izd.] / M. S. Doronina, E. G. Naumik, O. V. Solovyev. – Kharkov : Izd-vo KhNEU, 2006. – 240 s.
5. Жмайлов В. М. Мотивація персоналу сільськогосподарського підприємства як складова забезпечення його конкурентоспроможності / Данько Ю., Жмайлов В., Бондар В. // Наукові праці Полтавської державної аграрної академії. Вип. 2 (5). – Т. 1. – Полтава : ПДАА, 2012. – С. 79–82.
Zhmaylov V. M. Motivatsiya personalu silskogospodarskogo pidpriemstva yak skladova zabezpechennya yogo konkurentospromozhnosti / Danko Yu., Zhmaylov V., Bondar V. // Naukovi pratsi Poltavskoї derzhavnoi agrarnoi akademii. Vip. 2 (5). – T. 1. – Poltava : PDAA, 2012. – S. 79–82.
6. Завадський Й. С. Менеджмент / Й. С. Завадський. – Київ : Вид-во Європ. ун-ту, 2003. – 640 с.
Zavadskiy Y. S. Menedzhment / Y. S. Zavadskiy. – Kiiiv : Vid-vo Evrop. un-tu. 2003. – 640 s.
7. Колот А. М. Мотивація персоналу / А. М. Колот. – Київ : КНЕУ, 2006. – 340 с.
Kolot A. M. Motyvatsiia personalu / A. M. Kolot. – Kyiv : KNEU, 2006. – 340 s.
8. Колпаков В. М. Методы управления / В. М. Колпаков – Киев : МАУП, 2003. – 368 с.
Kolpakov V. M. Metody upravleniya / V. M. Kolpakov – Kiyev : MAUP, 2003. – 368 s.
9. Крушельницька О. В. Управління персоналом / О. В. Крушельницька, Д. П. Мельничук. – Київ : Кондор, 2005. – 308 с.
Krushelnytska O. V. Upravlinnia personalom / O. V. Krushelnytska, D. P. Melnychuk. – Kyiv : Kondor, 2005. – 308 s.
10. Державна служба статистики України [Електронний ресурс] : офіц. сайт. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua>. – Назва з екрана.
Derzhavna sluzhba statystyky Ukrainy [Elektronnyi resurs] / ofits. sait. – Rezhym dostupu: <http://www.ukrstat.gov.ua>. – Nazva z ekrana.

11. Пономаренко В. С. Стратегічне управління підприємством : [монографія] / В. С. Пономаренко. – Харків : Основа, 1999. – 620 с.
- Ponomarenko V. S. Stratehichne upravlinnia pidpriemstvom : [monohrafiia] / V. S. Ponomarenko. – Kharkiv : Osнова, 1999. – 620 s.
12. Ричи Ш. Управление мотивацией / Ш. Ричи, П. Мартин; [пер. с англ. под ред. проф. Е. А. Климова]. – Москва : ЮНИТИ – ДАНА, 2004. – 399 с.
- Richi Sh. Upravleniye motivatsiyey / Sh. Richi, P. Martin; [per. s angl. pod red. prof. E. A. Klimova]. – Moskva : YuNITI – DANA, 2004. – 399 s. – Kiiv : Kondor. 2005. – 308 s.
13. Семикіна М. В. Соціально-економічна мотивація праці: методологія оцінки ефективності та принципи регулювання / М. В. Семикіна; [відп. ред. В. В. Онікієнко]. – Кіровоград : ПБЦ «Мавін», 2004. – 124 с.
- Semykina M. V. Sotsialno-ekonomichna motivatsiia pratsi: metodolohiia otsinky effektivnosti ta printsiipi reguluvannya / M. V. Semykina; [vidp. red. V. V. Onikiienko]. – Kirovohrad : PVTs «Mavin», 2004. – 124 s.
14. Сладкевич В. П. Стратегічний менеджмент організацій / В. П. Сладкевич ; Міжрегіон. акад. упр. персоналом. – Київ : МАУП, 2008. – 495 с.
- Sladkevych V. P. Stratehichnyi menedzhment orhanizatsii / V. P. Sladkevych ; Mizhrehion. akad. upr. personalom. – Kyiv : MAUP, 2008. – 495 s.
15. Управление персоналом организации / под ред. А. Я. Кибанова. – 4-е изд., доп. и перераб. – Москва : ИНФРА-М, 2010. – 695 с.
- Upravleniye personalom organizatsii / pod red. A. Ya. Kibanova. – 4-e izd., dop. i pererab. – Moskva : INFRA-M, 2010. – 695 s.
16. Lawler E. E. The new pay: a strategic approach / Lawler E. E. // Compensation & Benefits Review. – 1995. – July–August. – Pp. 14–22.

Н. Л. Гавкалова, доктор экономических наук (Харьковский национальный экономический университет). **Мотивация персонала аграрных предприятий в условиях евроинтеграционных преобразований.**

Аннотация. Для успешного функционирования и процветания аграрные предприятия должны использовать знания и умения работников, помогать им раскрывать свой интеллектуальный и творческий потенциал. В этих условиях ключевое значение приобретает мотивация персонала, которая обеспечивает эффективность процесса управления на предприятии. Цель статьи – обосновать особенности мотивации персонала аграрных предприятий. В статье проанализированы особенности мотивации персонала аграрных предприятий и предложен соответствующий инструментарий. Постоянные изменения во внешней и внутренней среде аграрных предприятий привели к усилению роли персонала, его знаний, умений и навыков в обеспечении эффективного их функционирования и развития. Это обусловило необходимость выявления и использования действенного инструментария (методов и средств) для побуждения персонала к качественному выполнению своих трудовых функций.

Ключевые слова: мотивация персонала, аграрные предприятия, система вознаграждения, формы, методы, средства.

N. Gavkalova, Dc. Econ. Sci. (Kharkiv National University of Economics). **Personnel motivation of agricultural enterprises under transformation european integration.**

Summary. For the successful functioning and prosperity agricultural enterprises should use the knowledge and skills of workers, helping them to disclose their intellectual and creative potential. In these circumstances the key importance of personnel motivation, which ensures the effectiveness of the management of the enterprise. **Justification features of personnel motivation of agricultural enterprises.** The features of of personnel motivation of agricultural enterprises are analyze, and proposed a appropriate tools. Permanent changes in the external and internal environment of the agricultural enterprises has led to strengthening the role of of personnel, their knowledge and skills to ensure their effective functioning and development. This determined the need to identify and use effective tools (techniques and means) to induce personnel to high-quality performance of their job functions.

Keywords: motivation, agricultural enterprises, the system of remuneration, forms, methods, tools.

МЕТОДИКА ОЦІНКИ ЕФЕКТИВНОСТІ ІНВЕСТИЦІЙ В УТИЛІЗАЦІЮ ВУГІЛЬНИХ ТЕРИКОНІВ

О. Г. ВАГОНОВА, доктор економічних наук;
Ю. О. ВОЛОТКОВСЬКА

(ДВНЗ «Національний гірничий університет», м. Дніпропетровськ)

Анотація. В умовах виснаження природних родовищ корисних копалин і зростання витрат на обслуговування вугільних териконів актуальним є питання оцінки прибутковості та ефективності інвестиції у їх розробку з метою повної утилізації. Мета статті – розробити методику комплексної оцінки ефективності інвестицій у повну утилізацію вугільних териконів з урахуванням економічної, екологічної та соціальної складових. У ході дослідження останніх методологічних розробок, які не дають повної оцінки ефективності інвестицій у розробку техногенного родовища, ми запропонували оцінювати інвестиційний проект з утилізації порід терикону за допомогою інтегральної ефективності. Використання запропонованої методики на практиці для конкретних техногенних родовищ дозволить обґрунтувати доцільність і розмір інвестицій в утилізацію вугільних териконів для прийняття більш обґрунтованих рішень щодо їх залучення в депресивні райони масового закриття вуглевидобувних підприємств.

Ключеві слова: інвестиційний проект, утилізація териконів, дисконтований дохід, соціальний ефект, екологічний ефект, інтегральний індекс ефективності інвестицій.

Утримання техногенних родовищ на сучасному етапі збиткове не тільки для гірничодобувних підприємств, на балансі яких вони знаходяться, але і для держави. А в разі закриття шахт або їх приватизації приватний інвестор не має перспективної вигоди стосовно їх утримання. З часом витрати на утримання териконів тільки збільшуються через зростання екологічних проблем. Ці витрати мають нескінченний часовий діапазон, а з урахуванням дисконтування ще й поступово зростають. Зауважимо, що в умовах виснаження природних родовищ корисних копалин також актуальним стає питання оцінки прибутковості та ефективності приватних або змішаних інвестицій у розробку техногенних родовищ із метою їх повної подальшої утилізації.

За допомогою розроблених раніше методичних інструментаріїв із оцінки ефективності інвестицій визначено, що більшість методик і алгоритмів націлені на оцінку виключно економічної ефективності, оскільки екологічні

наслідки реалізації інвестиційних проектів у процесі визначення суми необхідних витрат і розмір обумовлених при цьому результатів не підлягають кількісній оцінці й обліку. Внаслідок цього така оцінка ефективності інвестиційних проектів не є повною мірою достовірною та об'єктивною, тому що різні проекти в залежності від їх впливу на довкілля не повинні оцінюватися за допомогою тільки економічного критерію. Проте оцінкою інвестиційної привабливості проектів, спрямованих на поліпшення екологічної складової в Україні займалося багато вчених.

Т. Б. Кияк [1] у своїй праці вивчав питання регулювання інвестиційних та інноваційних чинників у природоохоронній діяльності комерційного підприємства.

Н. М. Ступень [2] удосконалив методичні підходи до формування системи ефективного залучення інвестиційних ресурсів для підвищення економічної ефективності використання та відтворення земельно-ресурсного потенціалу.

Я. О. Ізмайлов [3, 4] запропонував методику поетапного аналізу капітальних інвестицій із визначенням інтегрального індексу їх інноваційної якості, а також їх комплексного еколого-економічного аналізу з розрахунком ефекту від вкладень у природоохоронні заходи.

Так Г. І. Рудько [5] розробив методику наукового обґрунтування заходів із оптимізації техноприродних геосистем на стадії їх функціонування та ліквідації, дослідив сучасний стан геологічного середовища у межах Львівщини. Дослідник визначив закономірності розвитку небезпечних геологічних процесів, розробив систему їх регіонального моніторингу. Вперше оцінив ризик розвитку небезпечних геологічних процесів на регіональному та локальному рівнях. Розрахував ризик розвитку екологічних ситуацій за умов гірничодобувних техноприродних екосистем. Запропонував заходи з оптимізації екологічної безпеки та залучення інвестицій для трансформування Язівського сірчаного кар'єру у рекреаційну зону. Довів економічну й екологічну доцільність спорудження Стрийського гідроенергетичного комплексу.

У Російській Федерації цими питаннями займалися Ю. П. Ампілов, І. А. Стоянова, К. А. Варивець та ін.

Ю. П. Ампілов у монографії [6, с. 15], крім вартісної оцінки різних об'єктів природокористування, зокрема оцінки надр, досліджує такі методи: витратний, порівняльний, прибутковий і метод опціонів. Останній метод має ряд переваг, оскільки під час його застосування немає необхідності використовувати норми дисконту.

І. А. Стоянова [7] запропонувала економіко-математичну модель із цільовою функцією максимізації ефективності відношення відверненого соціально-еколого-економічного збитку до витрат на збереження та відновлення довкілля в районах масового закриття вугільних шахт, що дозволяє оцінити різні варіанти розглянутих заходів. Розроблено механізм обґрунтування необхідного рішення щодо вдосконалення процесу природокористування в районах масового закриття вугільних шахт і включає поетапну послідовність

дій за комплексною оцінкою екологічної ситуації, визначено загальний відвернений збиток, формування та вибір на основі розробленої економіко-математичної моделі системи заходів щодо збереження та відновлення довкілля з урахуванням економічних і екологічних обмежень.

Наведена економіко-математична модель дозволяє оцінити ефективність реалізації системи заходів зі збереження або відновлення довкілля в депресивних районах масового закриття вугледобувних підприємств. Але ця модель не враховує можливості ліквідації джерел забруднення довкілля, а розглядає тільки способи зниження їх негативного впливу. При цьому не враховується той факт, що у разі знищення джерела негативного впливу на довкілля суб'єкт господарювання може також отримати позитивний фінансовий результат від своєї основної діяльності – видобутку корисних копалин із порід терикону.

К. А. Варивець у своїй праці [8] визначив економічний ефект від інвестицій в утилізацію відходів як різницю між величиною усього комплексу позитивних результатів, отриманих унаслідок упровадження інвестиційного проекту, і сумою усієї сукупності потрібних для цього впровадження витрат. На основі використання відомих методологічних підходів і запропонованих раніше науково-методичних принципів автор розробив методику визначення ефективності інвестиційних еколого-економічних проектів, спрямованих на використання техногенних утворень, що забезпечують отримання комплексної еколого-економічної оцінки ефективності їх реалізації та підвищує рівень об'єктивності, а також достовірності такої оцінки. Що, в свою чергу, забезпечує можливість вибору найбільш пріоритетних напрямів використання інвестицій і прийняття більш обґрунтованих рішень.

Але у цій методиці не використовується соціально-економічна складова, а також не враховується обсяг шкідливих домішок, які будуть викинуті з порід терикону та реалізовані як кінцева товарна продукція.

На основі виконаного аналізу актуальним завданням в процесі ліквідації вугільних териконів є розробка методики комплексної оцінки

ефективності інвестицій у їх повну утилізацію з урахуванням не тільки економічної, але й екологічної та соціальної складових. З метою виконання цього завдання були використані аналітичні методи дослідження, порівняльного аналізу, а також метод математичного моделювання в процесі оцінки ефективності інвестицій.

На сучасному етапі одним із основних питань стає оцінка інвестиційної привабливості проектів, спрямованих на повну утилізацію вугільних териконів. Оцінка такого проекту здійснюється з метою визначення потенційної привабливості техногенного родовища для можливих учасників інвестиційного процесу та обґрунтування доцільності інвестиції для інших джерел можливого фінансування. Оцінка проекту в такому разі включає громадську (соціально-економічну й екологічну) та комерційну ефективність проекту. Остання, у свою чергу, визначається такими показниками: чистий дисконтований дохід (ЧДД), внутрішня норма дохідності (IRR), індекс рентабельності (PI), дисконтована вартість одиниці запасів (ЧДД_{уд}), індекс економічної ефективності (I_{эф}), коефіцієнт інвестиційної ефективності з урахуванням ризику (K^p_{инф}) [6, с. 404].

Унаслідок проведеного дослідження останніх методологічних розробок, які не дають

повної оцінки ефективності інвестицій в розробку техногенного родовища, ми пропонуємо оцінювати інвестиційний проект із утилізації порід терикону за допомогою інтегральної ефективності, яка включає всі три складові (економічну, еколого-економічну та соціально-економічну). Це дозволить оцінити раціональне використання усіх видів капіталів: фінансового, природного та трудових ресурсів.

При розрахунку доцільності інвестицій у ліквідацію вугільних териконів найбільш близькою є методика І. А. Стоянової [7], яка пропонує проводити оцінку за допомогою еколого-економічної моделі оцінки відходів. У нашому випадку запропонована оцінка доцільності інвестицій в утилізацію териконів, яку слід проводити за допомогою інтегрального індексу ефективності. Його розрахунок враховує положення, які розроблені Державною службою геології та надр України і передбачають проведення повторної оцінки родовища у разі, якщо визначаються додаткові напрями використання раніше затверджених запасів, або якщо зміна технічних умов і технології видобування призводить до зменшення обсягів запасів більш ніж на 20 %, чи його зростання більш ніж на 50 %, а також обов'язково кожні 5 років [9]. Запропонований інтегральний індекс ефективності (R_{еес}) розраховується за формулою (1):

$$R_{\text{еес}} = \frac{\text{ЧДД}_n + \sum_{t=1}^5 \frac{E_{\text{эф}_t}}{(1+E_t)^t} + \sum_{t=1}^5 \frac{C_{\text{эф}_t}}{(1+E_t)^t}}{\sum_{t=1}^5 \frac{K_t}{(1+E_t)^t} + \sum_{t=1}^5 \frac{B_{\text{ек},t}}{(1+E_t)^t} + \sum_{t=1}^5 \frac{B_{\text{соц},t}}{(1+E_t)^t}} \geq r_{\text{умов}} \rightarrow \max, \quad (1)$$

де ЧДД_n – чистий дисконтований дохід від інвестицій у реалізацію товарної продукції, отриманої з порід терикону, розрахований на строк дії спецдозволу відповідно до затвердженої законодавством методики [9]:

$$\text{ЧДД}_n = \sum_{n=1}^N \sum_{t=1}^T \frac{[(D_t - B_t) - \Pi_t] + A_t}{(1+E_t)^t} - \sum_{t=1}^T \frac{K_t}{(1+E_t)^t},$$

де N – асортимент кінцевої товарної про-

дукції, що буде отриманий із порід відвалів; E_t – норма дисконту, яка розраховується з урахуванням облікової ставки Національного банку України в t-му році; D_t – річний дохід (виручка) від реалізації товарної продукції в t-му році; B_t – експлуатаційні витрати в t-му році, включаючи амортизаційні відрахування; Π_t – сума податків в t-му році, які входять до експлуатаційних витрат (наприклад, рентні платежі, податок на землю); A_t – амортизаційні

відрахування в t -му році; K_t – капітальні інвестиції в будівництво технології по утилізації терикону в t -му році інвестиційного проекту; T – термін користування надрами техногенного родовища для видобутку корисних копалин, $T = 5$ років;

$E_{\text{эф},t}$ – чистий еколого-економічний ефект, який включає прямий ефект (зниження викидів в повітря, воду і ґрунти), так і непрямий (звільнення території землі для використання у народному господарстві), грн;

$C_{\text{эф},t}$ – сумарний показник соціальної ефективності (грн), який містить непрямий соціальний ефект для держави або громади загалом, і для комерційного підприємства зокрема. Він проявляється у зниженні захворюваності населення, поліпшенні умов праці та відпочинку, тому не має вартісної форми. Поліпшення здоров'я місцевого населення супроводжується рядом непрямих соціально-економічних ефектів: економією витрат на соціальне страхування і лікування хворих, зменшення втрат продукції за дні хвороби через зниження продуктивності праці тощо;

$V_{\text{ек},t}$ – додаткові державні витрати, що беруть участь у виникненні екологічного ефекту, грн.

До цих витрат належать:

- витрати на будівництво нових очисних споруд для питної води із застосуванням найбільш ефективних і економічних методів або реконструкція існуючих очисних споруд (якщо вони не забезпечують нормативне очищення);
- витрати на утримування регіонального відділення Гідрометцентру;
- витрати на моніторинг суми опадів на території розташування терикону та стану повітряного середовища;
- витрати на лабораторні дослідження ступеня забруднення земельної ділянки, прилеглої до території терикону;
- витрати на оцінку землі;
- витрати на регулярні дослідження товщі земельного шару, на яку зафіксовано просочування забруднюючої речовини;
- $V_{\text{соц},t}$ – витрати, що визначають соціальний ефект (грн): витрати на моніторинг

кількості населення, що отримує соціальні виплати (лікарняні, допомога з безробіття, спеціальні пенсії); витрати на моніторинг профзахворювань, обумовлених станом довкілля, та на утримання структур з атестації робочих місць;

• $r_{\text{умов}}$ – умовний (теоретично прийнятий) критерій оцінки: середня процентна ставка на грошовому ринку, середня норма прибутку в галузі, а також критерії, які визначають правові норми людського капіталу та природного капіталу. У ході оцінки техногенного родовища показник $r_{\text{умов}}$ можна використовувати як коефіцієнт рентабельності гірничодобувного підприємства для розрахунку рентного платежу.

У ході досліджень з'ясувалося, що використання запропонованої комплексної методики оцінки ефективності інвестиції в розробку техногенних родовищ дозволить обґрунтувати доцільність і розмір інвестицій в утилізацію вугільних териконів для прийняття більш обґрунтованих рішень щодо їх залучення в депресивні райони масового закриття вугледобувних підприємств. Що, у свою чергу, сприяє поліпшенню еколого-соціального стану регіону. Аби в подальшому використовувати цю методику на практиці для конкретних техногенних родовищ, необхідно більш детально проаналізувати та систематизувати екологічні та соціальні фактори, які зазнають змін у процесі утилізації вугільних териконів.

ЛІТЕРАТУРА

1. Кияк Т. Б. Екологічні інтереси учасників інвестиційних проектів як фактор ефективності екологічної експертизи / Кияк Т. Б. // Вісник Сумського національного аграрного університету. – 2005. – № 3–4. – С. 179–185.

Kyiak T. B. Ekolohichni interesy uchasykiv investytsiinykh proektiv yak faktor efektyvnosti ekolohichnoi ekspertyzy / Kyiak T. B. // Visnyk Sumskoho natsionalnoho ahrarnoho universytetu. – 2005. – № 3–4. – S. 179–185.

2. Ступень Н. М. Земельні ресурси та їх інвестиційна привабливість / Ступень Н. М. // Вісник Львівського державного аграрного університету: Землепорядкування і земельний кадастр. – 2007. – № 10. – С. 277–280.
Stupen N. M. Zemelni resursy ta yikh investytsiina pryvablyvist / Stupen N. M. // Visnyk Lvivskoho derzhavnoho ahrarynoho universytetu: Zemlevporiadkuvannia i zemelnyi kadastr. – 2007. – № 10. – S. 277–280.
3. Измайлов Я. О. Методика і результати аналізу капітального інвестування у розвиток гірничорудного виробництва / Я. О. Измайлов // Економіка: проблеми теорії та практики. – 2005. – Т. 4, № 208. – С. 1070–1091.
Izmailov Ia. O. Metodyka i rezultaty analizu kapitalnoho investuvannia u rozvytok hirnychorudnoho vyrobnytstva / Ia. O. Izmailov // Ekonomika: problemy teorii ta praktyky. – 2005. – T. 4, № 208. – S. 1070–1091.
4. Измайлов Я. О. Удосконалення обліку капітальних інвестицій екологічного спрямування на промислових підприємствах / Я. О. Измайлов // Формування ринкової економіки. – 2008. – Вип. 19. – С. 327–335.
Izmailov Ia. O. Udoskonalennia obliku kapitalnykh investytsii ekolohichnoho spriamuvannia na promyslovykh pidpriemstvakh / Ia. O. Izmailov // Formuvannia rynkovoї ekonomiky, 2008. – Vyp. 19. – S. 327–335.
5. Рудько Г. І. Екологічна безпека техноприродних геосистем адміністративних областей (на прикладі Львівської області) : монографія / Г. І. Рудько, В. С. Гошовський. – Київ : Академпрес, 2009. – 192 с.
Rudko H. I. Ekolohichna bezpeka tekhnopryrodnykh heosystem administratyvnykh oblastei (na prykladi Lvivskoi oblasti) : monohrafiia / H. I. Rudko, V. S. Hoshovskyi. – Kyiv : Akadempres, 2009. – 192 s.
6. Ампилов Ю. П. Стоимостная оценка недр : монография / Ампилов Ю. П. – Москва : Геоинформмарк, 2011. – 408 с.
Ampilov Yu. P. Stoimostnaya otsenka neдр : monografiya / Ampilov Yu. P. – Moskva : Geoinformmark, 2011. – 408 s.
7. Стоянова И. А. Экономико-математическое моделирование эколого-экономической оценки системы мер по сохранению и восстановлению окружающей среды в районах массового закрытия шахт / И. А. Стоянова // Научный вестник Московского государственного горного университета. – 2012. – № 7. – С. 58–69.
Stoyanova I. A. Ekonomiko-matematicheskoye modelirovaniye ekologo-ekonomicheskoy otsenki sistemy mer po sokhraneniyu i vosstanovleniyu okruzhayushchey sredy v rayonakh massovogo zakrytiya shakht / I. A. Stoyanova // Nauchnyy vestnik Moskovskogo gosudarstvennogo gornogo universiteta. – 2012. – № 7. – S. 58–69.
8. Выварец К. А. Исследование тенденций изменения экономической и экологической эффективности функционирования промышленности / К. А. Выварец // Вестник УГТУ-УПИ. – 2007. – № 1 (84). – С. 50–59.
Vyvarets K. A. Issledovaniye tendentsiy izmeneniya ekonomicheskoy i ekologicheskoy effektivnosti funktsionirovaniya promyshlennosti / K. A. Vyvarets // Vestnik UGTU-UPI. – 2007. – № 1 (84). – S. 50–59.
9. Про затвердження Методики визначення вартості запасів і ресурсів корисних копалин родовища або ділянки надр, що надаються у користування [Електронний ресурс] : Постанова Кабінету Міністрів України від 25.08.2004 р. № 1117. – Режим доступу: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/1117-2004-%D0%BF>. – Назва з екрана.

Pro zatverdzhennia Metodyky vyznachennia vartosti zapasiv i resursiv korysnykh kopalyn rodovyshcha abo dilianky nadr, shcho nadaiutsia u korystuvannia [Elektronnyi resurs] :

Postanova Kabinetu Ministriv Ukrainy vid 25.08.2004 r. № 1117. – Rezhym dostupu: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/1117-2004-%D0%BF>. – Nazva z ekrana.

А. Г. Вагонова, доктор экономических наук; **Ю. А. Волотковская** (ГБУЗ «Национальный горный университет», г. Днепропетровск). **Методика оценки эффективности инвестиций в утилизацию угольных терриконов.**

Аннотация. В условиях истощения природных месторождений полезных ископаемых и роста расходов на обслуживание угольных терриконов актуальным становится вопрос оценки прибыльности и эффективности инвестиций в их разработку с целью полной утилизации. Цель статьи – разработать методику комплексной оценки эффективности инвестиций в полную утилизацию угольных терриконов с учетом экономической, экологической и социальной составляющих. В результате проведенного исследования последних методологических разработок, которые не дают полной оценки эффективности инвестиций в разработку техногенного месторождения, мы предложили оценивать инвестиционный проект по утилизации пород террикона с помощью интегральной эффективности. Использование предложенной методики на практике для конкретных техногенных месторождений позволит обосновать целесообразность и размер инвестиций в утилизацию угольных терриконов для принятия более обоснованных решений по их привлечению в депрессивные районы массового закрытия угледобывающих предприятий.

Ключевые слова: инвестиционный проект, утилизация терриконов, дисконтированный доход, социальный эффект, экологический эффект, интегральный индекс эффективности инвестиций.

O. Vagonova, Dc. Econ. Sci.; **Yu. Volotkovs'ka** (Higher Educational Institution «National Mining University», Dnepropetrovsk). **Methodology to evaluate the effectiveness of investment in recycling of man-made deposits.**

Summary. In the context of the depletion of natural mineral deposits and an increase in cost of servicing of man-made deposits becomes relevant a question of estimation profitability and efficiency of investment in their working for the purpose of complete recycling. Develop a methodology of a complex estimation of the effectiveness of investments in the complete utilization man-made deposits considering economic, environmental and social criteria. The result of research the latest methodological works, that do not give complete assessment the effectiveness of investments in the development of man-made deposit, we proposed to evaluate an investment project for recycling man-made deposit's rock by using an integrated efficiency. The use of the proposed methodology in practice for specific technological deposits can justify a size of investments in the utilization of coal waste banks to make more informed decisions on their involvement in the depressed regions of mass closing of coal mining enterprises.

Keywords: investment project, recycling of man-made deposits, discounted income, social impact, environmental impact, integral index of investment efficiency.

ПІДПРИЄМНИЦТВО ЯК ЕКОНОМІЧНА ДЕФІНІЦІЯ

І. В. ЛАНТУХ, кандидат економічних наук
(Харківський національний автомобільно-дорожній університет)

Анотація. У статті досліджується феномен підприємництва, який за своєю економічною природою являє собою діалектичну єдність двох сторін, а саме: загальноекономічного змісту та специфічної соціальної форми. Загальноекономічний зміст підприємництва полягає в тому, що в ньому закладені різні сторони господарської діяльності. У цьому випадку підприємництво представляється як економічна категорія, як метод господарювання, як тип економічного мислення. Що стосується специфічної соціальної форми підприємництва, то воно прямо чи опосередковано вирішує питання, пов'язані з проблемою існування людини, відтворення матеріальних і духовних умов її існування, а також системи суспільних відносин.

Ключові слова: підприємництво, підприємець, підприємницька діяльність, суб'єкт підприємництва, об'єкт підприємництва.

Класичні та сучасні теорії підприємництва ще не відпрацювали спільного погляду на його природу, сутність і зміст. Причина криється в тому, що воно проявляється у різноманітних формах: і як категорія, і як явище, і як форма організації, і як метод господарювання, і як елемент ринкової економіки.

Тому в теоретичному, а ще більше у прикладному плані актуалізується проблема визначення підприємництва як економічної дефініції, що відповідає практиці сьогодення, яка зумовлена трансформаційними процесами вітчизняної економіки до цивілізованого ринку.

Теоретико-методологічні засади дослідження проблеми підприємництва були закладені ще у XVIII ст. у працях таких відомих західних економістів, як Р. Кантільйон, А. Сміт, Д. Рікардо, Ж.-Б. Сей, пізніше їх розвинули А. Маршалл, М. Вебер, В. Зомбарт, Й. Шумпетер, Ф. Хайек, П. Друкер, Л. Мізес та ін.

Українські науковці зацікавилися проблемою підприємництва в другій половині XIX ст., у період становлення ринкових відносин на теренах України. Головну увагу українські вчені-економісти А. Антонович, М. Бунге, І. Вернадський, К. Воблій, В. Вольф, М. Гольдштейн, С. Гольдельман, І. Дашковський, М. Довнар-Запольський, В. Железнов, В. Левитський, П. Мігулін, М. Соколов,

П. Струве, Д. Піхно, М. Туган-Барановський, І. Тарасов, Ф. Тернер, М. Цитович, П. Фомін, О. Фінн-Єнотаєвський, Л. Федорович, І. Янжул зосередили на таких питаннях, як сутність, організація підприємницької діяльності, значення підприємця у виробництві, стосунки з державними та громадськими інститутами, законодавче забезпечення підприємництва, можливості реалізації управлінських здібностей підприємця тощо. Їх праці вагомо увійшли до скарбниці світової економічної думки, проте в економічній практиці сучасної України використані далеко не в повній мірі.

Сьогодні цю проблему активно продукують дослідники В. Бобров, В. Мусіяка, Д. Бабич, С. Слобожанцев та ін. Проте підприємництво як економічна дефініція ще цілісно концептуально осмислена.

З огляду на це необхідно виконати такі завдання, а саме: осмислення підприємництва як економічного поняття, розкриття його синтетичного характеру, що охоплює різні сторони економічного буття будь-якого соціуму.

Хоча історія підприємництва йде із середини століть, сучасне його розуміння склалося в період становлення і розвитку капіталізму. В економічній теорії поняття «підприємець» з'явилося у XVIII ст. і часто асоціювалося з

поняттям «власник». Біля його витоків стояв англійський економіст Р. Кантільон, який вперше вніс термін «підприємець» в економічну теорію. За Кантільоном, підприємець – це людина з невизначеними, нефіксованими прибутками (селянин, ремісник, торговець, розбійник, жебрак тощо). Він купує чужі товари за відомою ціною, а продавати свої буде за ціною, йому поки невідомою [1, с. 102]. Звідси випливає, що ризик – головна відмітна риса підприємця, а його основна економічна функція полягає у приведенні пропозиції у відповідність із попитом на різних товарних ринках.

Англійський дослідник А. Сміт також характеризував підприємця як власника, що йде на економічний ризик заради реалізації якоїсь комерційної ідеї та отримання прибутку. Він сам планує і організовує виробництво, розпоряджається його результатами тощо [2].

Аналогічного погляду на функцію підприємця в ринковій економіці дотримувався і великий французький економіст кінця XVIII – початку XIX ст. Ж.-Б. Сей, який характеризував його як особу, яка береться за свій рахунок і ризик і на свою користь зробити який-небудь продукт. Він підкреслював активну роль підприємця як економічного агента, що комбінує фактори виробництва як посередника, володаря знань і досвіду. Ж.-Б. Сей досить докладно описав специфічні властивості підприємця і характер його прибутків, частина яких є платою за його рідкісні підприємницькі здібності [3, с. 409].

Великий внесок у розробку теорії підприємництва зробили німецький економіст В. Зомбарт і австрійський економіст Й. Шумпетер. Підприємець, за В. Зомбартом, – це «завойовник» (готовність до ризику, духовна свобода, багатство ідей, воля і наполегливість), «організатор» (уміння об'єднувати багатьох людей для спільної роботи) і «торговець» (уміння переконувати людей купити свої товари, будити їх інтерес, завойовувати довіру). Описуючи цілі підприємця, В. Зомбарт головною серед них виокремлює прагнення до процвітання і росту своєї справи, а другорядною – зростання прибутку, оскільки без нього неможливе процвітання [4, с. 56].

Й. Шумпетер називає підприємцем людину, яка береться за здійснення нових комбінацій факторів виробництва і забезпечує економічний розвиток. При цьому Й. Шумпетер вважав, що підприємець не обов'язково є власником виробництва, індивідуальним капіталістом, ним може бути і управляючий банку або акціонерного товариства [5, с. 290].

Власне кажучи, поєднання в одній особі власника і підприємця стало руйнуватися саме в період появи кредиту. Будь-який комерційний банк не є власником усього капіталу, який він пускає в обіг. Зазвичай, його власність поширюється на статутний фонд, який може являти собою відносно невелику величину.

Найбільш очевидно відокремлення підприємництва від власності виявляється в акціонерних товариствах. В умовах акціонерної, корпоративної економіки власність як юридичний факт втрачає свої розпорядницькі прерогативи. Влада на виробництві переміщується від власності до організації, роль власності стає усе більш пасивною. Замість реальних фізичних предметів, із якими традиційно зв'язувалося поняття власності, акціонер володіє лише клаптиком паперу, титулом власності. Над самими підприємцями він, власник акції, має досить умовний контроль. Однак він і не несе відповідальності за результати діяльності корпорації. Таку відповідальність несуть менеджери [6, с. 468].

Отже, розвиток кредитних відносин і перехід національного багатства з форми індивідуальної приватної власності у форму власності корпорацій спричиняє за собою відділення власності від розпорядження підприємництва.

Ми з'ясували, що між підприємцем і власником немає жорсткого зв'язку, підприємство не є функцією тільки власника, у ньому можуть брати участь особи, які безпосередньо не є суб'єктами права власності.

Що ж являє собою підприємництво з погляду економічної визначеності? У науковій літературі пропонується його розглядати в трьох аспектах:

- а) як економічну категорію;
- б) як метод господарювання;
- в) як тип економічного мислення.

Для характеристики підприємництва як економічної категорії центральною проблемою є встановлення його суб'єктів і об'єктів.

Суб'єктами підприємництва можуть перш за все бути приватні особи (організатори одноособового, сімейного, а також більш великого виробництва). Діяльність таких підприємців здійснюється як на основі власної праці, так і з залученням найманої.

Підприємницьку діяльність може також здійснювати група осіб, пов'язаних між собою договірними стосунками й економічним інтересом. Суб'єктами колективного підприємництва є акціонерні товариства, орендні колективи, кооперативи тощо. В окремих випадках до суб'єктів підприємництва зараховують і державу, тобто її відповідні органи [7, с. 94].

Отже, у ринковій економіці існують три форми підприємницької діяльності: державна, колективна, приватна, кожна з яких знаходить свої «ніші» у господарській системі.

Об'єктом підприємництва є здійснення найбільш ефективної комбінації факторів виробництва з метою максимізації доходу. Нові всілякі способи комбінації економічних ресурсів, на думку Й. Шумпетера, є головною справою підприємця і відрізняють його від звичайного господарника. Підприємці комбінують ресурси з метою виготовлення нового, невідомого споживачам блага; відкриття нових способів виробництва (технологій) і комерційного використання вже існуючого товару; освоєння нового ринку збуту; освоєння нового джерела сировини; проведення реорганізації в галузі для створення своєї монополії або підриву чужої [5, с. 291]. Також «завдання підприємців – реформувати і революціонізувати спосіб виробництва шляхом упровадження винаходів, а в більш загальному сенсі – через використання нових технологічних можливостей для виробництва нових товарів або старих товарів, але новими методами, завдяки відкриттю нового джерела сировини або нового ринку готової продукції – майже до реорганізації старої і створення нової галузі промисловості...» [8, с. 23].

Для підприємництва як методу ведення господарства головною умовою є самостійність і незалежність господарюючих суб'єктів, на-

явність у них певної сукупності свобод і прав – з вибору виду підприємницької діяльності, з формування виробничої програми, з вибору джерел фінансування, доступу до ресурсів, щодо збуту продукції, встановлення на неї цін, розпорядження прибутком і тощо. Самостійність підприємця слід розуміти так: над ним немає керівного органу, який вказує, що виробляти, скільки витратити, кому і за якою ціною продавати тощо. Але підприємець увесь час залежить від ринку, від динаміки попиту та пропозиції, від рівня цін, тобто від сформованої системи товарно-грошових відносин [8, с. 59].

Другою умовою підприємництва є відповідальність за прийняті рішення, їх наслідки і пов'язаний із цим ризик. Ризик завжди пов'язаний із невизначеністю, непередбачуваністю. Навіть ретельний розрахунок і прогноз не можуть усунути фактор непередбачуваності, він є постійним супутником підприємницької діяльності.

Третьою ознакою підприємництва є орієнтація на досягнення комерційного успіху, прагнення до збільшення прибутку. Але така установка не є самодостатньою в сучасному бізнесі. Діяльність багатьох підприємницьких структур виходить за рамки суто економічних завдань, вони беруть участь у розв'язанні соціальних проблем суспільства, жертвують свої кошти на розвиток культури, освіти, охорони здоров'я, охорону навколишнього середовища тощо [8, с. 63].

Підприємництво як особливий тип економічного мислення характеризується сукупністю оригінальних поглядів і підходів до прийняття рішень, які реалізуються в практичній діяльності. Центральну роль тут відіграє особистість підприємця. «Якщо дати коротке визначення підприємцю, то це людина, яка організує підприємство та управляє ним в умовах особистої вигоди. За сировину і матеріали, використані у виробничому процесі, за землю, за працю найманих робітників і за залучений капітал він платить по поточним розцінкам. Він вкладає у справу свої власні ідеї, знання та навички в галузі планування, організації та управління підприємством. Він несе відповідальність за можливі втрати, навіть якщо вони

відбулися не з його провини, а спричинені небажаними обставинами, які раптово виникли. Але якщо обставини поміняються у кращій бік, то йому дістанеться і увесь пов'язаний з цим виграш. Особистий прибуток підприємця визначається як різниця між прибутками та витратами його підприємства» [8, с. 22].

Підприємництво, на думку Й. Шумпетера, це не рід занять, а склад розуму і властивість природи. Бути підприємцем – значить, робити не те, що роблять інші. «Потрібно мати особливе уявлення, дар передбачення, постійно протистояти тиску рутини. Потрібно бути здатним знайти нове і використовувати його можливості. Потрібно вміти ризикувати, переборювати страх і діяти не залежно від процесів, що відбуваються, – самому ці процеси визначати». Підприємцем у його діяльності керує воля до перемоги, бажання боротьби, особливий творчий характер його праці [5, с. 296].

Що стосується інтелекту підприємця, то він, на думку Й. Шумпетера, дуже обмежений і вибірковий, він спрямований на досить вузьке коло явищ, які підприємець вивчає досконало. Обмеженість кругозору не дозволяє підприємцеві порівнювати багато різних варіантів досягнення своєї мети і довго вагатися [5, с. 297].

У нашій вітчизняній літературі підприємництво також розглядається через призму господарського мистецтва, економічної і організаційної творчості, вільного прояву ініціативи, новаторства, готовності до ризику заради отримання прибутку. І це цілком природно, адже управління є своєрідним «мистецтвом можливого». Тим більше, що мова йде про управління та організації виробництва в умовах відродження ринкового, конкурентного господарства, де індивідуальні схильності, навичка, кмітливості відіграють важливу роль [9, с. 116].

Підприємницьку здатність можна визначити як один із економічних ресурсів, що впливає на характер і темпи економічного розвитку. До складу цього ресурсу слід насамперед зараховувати підприємців, у першу чергу власників компаній, менеджерів, які не є їх власниками, а також організатори бізнесу,

що поєднують в одній особі власників і управлінців [10, 209].

Крім власне підприємців, тобто безпосередніх носіїв підприємницьких здібностей, до складу цього ресурсу слід зараховувати всю підприємницьку інфраструктуру країни, а саме діючі інститути ринкової економіки, тобто банки, біржі, страхові компанії, консультативні фірми. Нарешті, до цього ресурсу, поза сумнівом, належать підприємницька етика й культура, а також підприємницький дух суспільства. Загалом, підприємницький ресурс можна охарактеризувати як особливий механізм реалізації підприємницьких здібностей людей, заснований на діючій моделі ринкової економіки [10, с. 212]. Унікальність значення підприємницького потенціалу полягає в тому, що саме завдяки йому взаємодіють інші економічні ресурси – праця, капітал, земля, наука. Ініціатива, ризик і вміння підприємців, помножені на ринковий механізм, дозволяють із максимальною ефективністю використовувати всі інші економічні ресурси, стимулювати економічне зростання. Досвід багатьох країн із ринковою економікою показує, що їх економічні досягнення, в тому числі й темпи економічного зростання, інвестиційна активність, технологічні нововведення, безпосередньо залежать від реалізації підприємницького потенціалу. Так, економічний курс, орієнтований на підтримку підприємництва, зменшення державних витрат і державного регламентування, дозволив США і ряду інших західних країн дуже ефективно подолати багато економічних труднощів 80–90-х рр. ХХ ст. [11, с. 73].

Зауважимо, що підприємницька здатність як ресурс більш ефективно реалізується в умовах максимально ліберальної економічної системи, не обтяженої надмірною державною бюрократією, має також усталені підприємницькі традиції і відповідне законодавче оформлення. При цьому очевидно, що запорукою успішної реалізації підприємницького потенціалу є передусім самі підприємці, їх кваліфікація та рівень освіти, здатність брати на себе відповідальність та ініціативу, вміння орієнтуватися у висококонкурентному середовищі, а також їх почуття соціальної відповідальності.

У країнах із високим підприємницьким потенціалом важливу роль зазвичай відіграє малий і середній бізнес, який є живильним середовищем підприємництва, своєрідною «кузницею» підприємницьких кадрів. У США, наприклад, 40 % ВВП створюється на підприємствах малого та середнього бізнесу. Держава надає підприємству широку підтримку. У країні, поряд із федеральним органом – Адміністрацією малого бізнесу, який підтримує підприємство при органах виконавчої влади на місцях, діють 19 тис. регіональних комісій із економічного розвитку, покликаних сприяти розвитку бізнесу в конкретному регіоні, зростанню виробництва перспективних товарів і послуг, що мають попит у цій місцевості. Крім того, в США в середині 90-х рр. ХХ ст. діяло близько 600 так званих підприємницьких інкубаторів, тобто спеціалізованих державних і приватнодержавних установ, що здійснюють багатопланову підтримку створеним компаніям. Такий бізнес-інкубатор територіально об'єднує нові компанії під одним дахом і сприяє їх «виращуванню» і становленню [7, с. 87].

Підприємницька здатність як ресурс має свою специфічну оплату – підприємницький дохід. У реальному господарському житті його важко виокремити, проте це не абстрактна економічна категорія. Підприємницький дохід – це та плата, яку отримує підприємець за свої організаторські здібності з об'єднання та використання економічних ресурсів, за ризик збитків від використання цих ресурсів, за господарські ініціативи (інновації) і монополну ринкову владу [8, с. 41]. В економічній теорії підприємницький дохід ділять на дві частини: нормальний і економічний прибуток. Нормальний прибуток – це гарантований дохід підприємця, його заробітна платня; економічний – платня за ризик, інновації, монополну владу [12, с. 247]. Зрозуміло, що величина підприємницького доходу передусім коливається за рахунок другої складової, тобто економічного прибутку.

Підприємство є особливим новаторським стилем господарської поведінки, в основі якого лежить творчий пошук нових можли-

востей господарювання, вміння залучати й використовувати в умовах конкуренції ресурси з найрізноманітніших джерел. Підприємство означає персональну економічну відповідальність за результати роботи. Підприємство – це здійснення творчої економічної діяльності, освоєння нових ринків, нових товарів і послуг, нових фінансових і матеріальних ресурсів, організаційних нововведень. Як соціально-економічне явище, підприємство включає в себе весь спектр суспільних відносин. Тут представлені і юридичні, і психологічні, й історичні аспекти, однак підприємницька діяльність тісно пов'язана в першу чергу з економічними умовами життєдіяльності. В економічному відношенні підприємство містить у собі різні сторони господарської діяльності. Його можна розглядати з трьох поглядів: як економічне відношення, як метод господарювання і як тип економічного мислення, що дає цілісне уявлення про такий складний феномен як підприємство.

ЛІТЕРАТУРА

1. Шейнин Э. Я. Предпринимательство и бизнес / Э. Я. Шейнин. – Ростов-на-Дону : Феникс, 2002. – 352 с.

Sheynin E. Ya. Predprinimatelstvo i biznes / E. Ya. Sheynin. – Rostov-na-Donu : Feniks. 2002. – 352 s.
2. Паловкин П. Проблемы определения экономической сущности и содержания предпринимательства [Электронный ресурс] / П. Паловкин, В. Савченко. – Режим доступа: <http://msd.com.ua/psixologiva/predDrinimatelstvo/>. – Назва з екрана. – Доступ: 20.11.2011 г.

Palovkin P. Problemy opredeleniya ekonomicheskoy sushchnosti i soderzhaniya predprinimatelstva [Elektronniy resurs] / P. Palovkin, V. Savchenko. – Rezhim dostupu: <http://msd.com.ua/psixologiva/predDrinimatelstvo/>. – Nazva z ekrana. – Dostup: 20.11.2011 g.

3. Бусыгин А. Предпринимательство: Основной курс / А. Бусыгин. – Москва : Инфра-М, 1997. – 608 с.
- Busygin A. Predprinimatelstvo: Osnovnoy kurs / A. Busygin. – Moskva : Infra-M, 1997. – 608 s.
4. Лапуста М. Г. Предпринимательство : учеб. пособие / М. Г. Лапуста. – Москва : Инфра-М, 2002. – 223 с.
- Lapusta M. G. Predprinimatelstvo : ucheb. posobiye / M. G. Lapusta. – Moskva : Infra-M, 2002. – 223 s.
5. Шумпетер Й. Теория экономического развития / Й. Шумпетер. – Москва : Прогресс, 1982. – 455 с.
- Shumpeter Y. Teoriya ekonomicheskogo razvitiya / Y. Shumpeter. – Moskva : Progress, 1982. – 455 s.
6. Котлер Ф. Основы маркетинга / Ф. Котлер. – Москва : Прогресс, 1990. – 736 с.
- Kotler F. Osnovy marketinga / F. Kotler. – Moskva : Progress, 1990. – 736 s.
- Основы успешного предпринимательства / М. Ритсо и др. – Ленинград : СП Майнор-Эндо : МГП Учебный центр – Антарес, 1991. – 172 с.
- Osnovy uspeshnogo predprinimatelstva / M. Ritso i dr. – Leningrad : SP Maynor-Endo : MGP Uchebnyy tsentr-Antares, 1991. – 172 s.
7. Хизрич Р. Предпринимательство или как завести собственное дело и добиться успеха: советы начинающему предпринимателю / Р. Хизрич, М. Питерс. – Москва : Прогресс, 1992. – 191 с.
- Khizrich R. Predprinimatelstvo ili kak zavesti sobstvennoye delo i dobitysia uspekha: sovery nachinayushchemu predprinimatel'yu / R. Khizrich, M. Piters. – Moskva : Progress, 1992. – 191 s.
8. Воробьев Е. М. Рынок, предпринимательство, управление : учеб. пособие / Е. М. Воробьев. – Харьков : Изд-во ХГИ, 1998. – 150 с.
- Vorobyev E. M. Rynok, predprinimatelstvo, upravleniye : ucheb. posobiye / E. M. Vorobyev. – Xarkov : Izd-vo KhGI, 1998. – 150 s.
9. Маршалл А. Принципы политической экономии / А. Маршалл. – Москва : Прогресс, 1984. – Т. 3. – 351 с.
- Marshall A. Printsipy politicheskoy ekonomii / A. Marshall. – Moskva : Progress, 1984. – T. 3. – 351 s.
10. Агеев А. И. Предпринимательство: проблемы собственности и культуры / А. И. Агеев. – Москва : Наука, 1991. – 107 с.
- Ageyev A. I. Predprinimatelstvo: problemy sobstvennosti i kultury / A. I. Ageyev. – Moskva : Nauka, 1991. – 107 s.
11. Грузинов В. П. Экономика предприятия : учеб. для вузов / В. П. Грузинов. – Москва : Юрист, 1998. – 534 с.
- Gruzinov V. P. Ekonomika predpriyatiya : ucheb. dlya vuzov / V. P. Gruzinov. – Moskva : Yurist, 1998. – 534 s.

И. В. Лантух, кандидат экономических наук (Харьковский национальный автомобильно-дорожный университет). **Предпринимательство как экономическая дефиниция.**

Аннотация. В статье исследуется феномен предпринимательства, который по своей экономической природе представляет собой диалектическое единство двух сторон, а именно: общеэкономического содержания и специфической социальной формы. Общеэкономическое содержание предпринимательства заключается в том, что в нем заложены разные стороны хозяйственной деятельности. В этом случае предпринимательство представляется

как экономическая категория, как метод хозяйствования, как тип экономического мышления. Что касается специфической социальной формы предпринимательства, то оно прямо или опосредованно решает вопросы, связанные с проблемой существования человека, воспроизведения материальных и духовных условий ее существования, а также системы общественного отношения.

Ключевые слова: предпринимательство, предприниматель, предпринимательская деятельность, субъект предпринимательства, объект предпринимательства.

I. Lantukh, Cand. Econ. Sci. (Kharkiv National Automobile and Highway University). **Entrepreneurship as an economic definition.**

Summary. The article examines the phenomenon of entrepreneurship, which in its economic nature represents the dialectical unity of the two parties, namely the overall meaning and specific social forms. General Economic meaning of entrepreneurship lies in the fact that it incorporated various aspects of business. In this case, the business is presented as an economic category as a method of management as a type of economic thinking. As a specific form of social entrepreneurship, it is directly or indirectly the process of dealing with the problem of human existence, reproduction material and spiritual conditions of its existence, and the system of social relations.

Keywords: business, entrepreneur, entrepreneurship, business entity, business object.

КОНВЕРСИЯ ВЕБ-САЙТА: ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧЕСКИЙ АСПЕКТ

Г. В. КОЗИЦКАЯ, кандидат экономических наук;
Д. В. КУЦ

(Запорожский национальный технический университет)

Аннотация. *Сегодня предприятиями все больше внимания уделяют сети Интернет как одному из важнейших каналов продвижения продукции. Лицом компании в Интернете является ее веб-сайт, и от того, насколько удачно он разработан, зависит не только отношение пользователей сети и репутация компании, но и ее уровень продаж. Поэтому особое внимание следует уделять работе над сайтом компании с целью превращения его посетителей в покупателей. Цель статьи – раскрыть понятие «конверсия веб-сайта», определить факторы, влияющие на нее, и разработать методы ее повышения. Дано понятие «конверсии веб-сайта» как одного из важнейших показателей эффективности интернет-ресурса. Определены основные факторы, влияющие на уровень конверсии. Разработан и предложен комплексный метод повышения конверсии. Для поддержания стабильно высокого уровня конверсии необходима постоянная работа по совершенствованию веб-сайта.*

Ключевые слова: *конверсия сайта, внутренние факторы конверсии, внешние факторы конверсии, юзабилити, контент, методы повышения конверсии.*

Одним из самых быстро развивающихся каналов продвижения продукции является сеть Интернет, а основным элементом этого канала – веб-сайт. Компании инвестируют крупные средства для повышения позиций корпоративного сайта компании в поисковых системах. Однако многие из них не получают или недополучают желаемого эффекта от таких инвестиций. В большинстве случаев это связано с низкой конверсией веб-сайта.

Проблемы повышения уровня конверсии веб-сайта с целью увеличения продаж компании исследовались в работах Бена Ханта [5], Брайана [1] и Джеффри Айзенберга [1], Халида Салеха [4], Лавриненко Я. Б. [2], Тиняковой В. И. [2], Маркарова В. А. [3] и др. Однако до сих пор среди ученых не сформировалось единого и однозначного подхода относительно методов повышения конверсии.

Целью статьи является рассмотрение понятия «конверсия веб-сайта», определение факторов, влияющих на ее уровень, а также разработка комплексного метода повышения конверсии.

Целевым, или конверсионным, действием можно считать любой шаг пользователя, приносящий какую-либо выгоду владельцу ресурса. У каждого сайта в зависимости от его назначения и специфики есть свой набор целевых действий. В данной статье будут рассматриваться коммерческие ресурсы. Для них конверсионными действиями можно считать:

- заказ товаров и услуг (покупка);
- регистрацию на сайте;
- заполнение формы (анкета, контактные данные и т. д.);
- подписку на рассылку.

Их можно отследить, посчитать, определить, насколько эффективно ресурс «превращает» посетителей в клиентов, и принять меры, чтобы улучшить уровень конверсии сайта, а значит, повысить доход компании.

Уровень конверсии – отношение посетителей сайта, которые выполнили целевое действие, к общему количеству его пользователей; один из важнейших показателей эффективности ресурса выражается в процентах и вычисляется по формуле:

$$\text{Конверсия} = \frac{\text{посетители, выполнившие целевое действие}}{\text{общее количество посетителей}} \cdot 100\%$$

Для коммерческих сайтов конверсия 1–5 % в месяц считается приемлемой. В свою очередь, это число может варьироваться в зависимости от специфики ресурса: например, для сайтов, продающих детские товары, неплохой считается конверсия 3–3,5 %, а для

интернет-магазинов электроники и бытовой техники – 1,5 %.

Факторов, влияющих на уровень конверсии, может быть много. Условно их можно разделить на две группы (рис. 1).

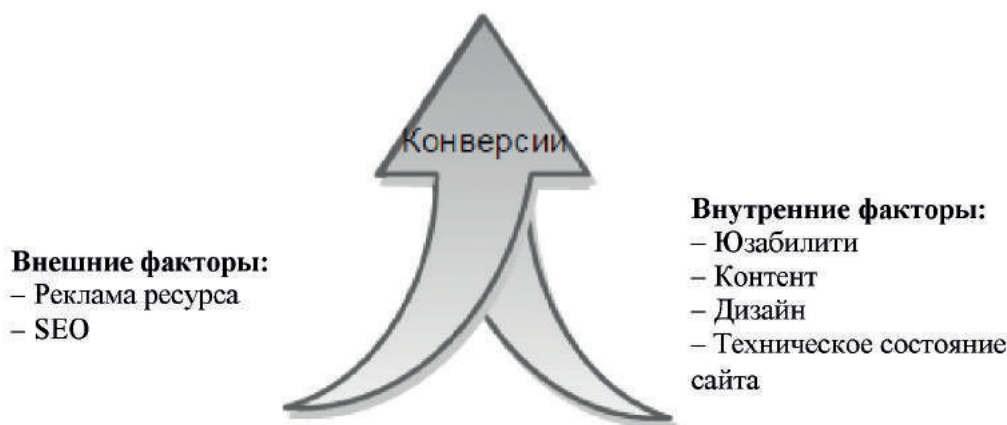


Рис. 1. Факторы, влияющие на уровень конверсии

К внешним факторам относятся:

1. Реклама ресурса. От рекламы зависит заинтересованность посетителя, его отношение к ресурсу и дальнейшие действия.

2. SEO (поисковая оптимизация). На конверсию сайта влияет и его место в поисковой выдаче. Чем выше находится ресурс, тем больше шансов, что посетитель перейдет именно на него и выполнит необходимые действия.

К внутренним факторам, влияющим на уровень конверсии, относятся:

1) юзабилити: удобство ресурса (функционал, навигация и т. д.);

2) контент: актуальная, полезная информация (тексты, изображения);

3) дизайн: оформление сайта, его соответствие ожиданиям посетителя;

4) техническое состояние: корректная работа всех элементов сайта (ссылок, кнопок и т. д.), скорость загрузки ресурса.

Если на ресурс в достаточном количестве приходит целевой трафик, но уровень конверсий не растет, значит, какие-то из пере-

численных факторов мешают пользователю дойти до логического завершения визита – регистрации, покупки, звонка в компанию.

К основным внутренним факторам сайта, улучшение которых может повысить показатель конверсии, относятся:

а) Юзабилити – это простота использования объекта и скорость освоения его функционала человеком. Целью юзабилити может быть программное обеспечение, веб-сайт, механизм или процесс взаимодействия человека с чем-либо. В рассматриваемом контексте юзабилити означает простоту и удобство взаимодействия посетителя с веб-сайтом. В ряде случаев юзабилити оценивают по уровню удовлетворенности посетителей веб-сайтов, поэтому одним из критериев юзабилити является «полезность».

В более узком смысле юзабилити – это качество интерфейса веб-сайта, которое выражено в объеме достижения поставленных целей пользователями.

Критериями юзабилити, как основного показателя качества интерфейса сайта, есть:

- обучаемость: просто ли пользователям выполнять требуемые основные задачи, когда они впервые зашли на веб-сайт?

- эффективность: насколько быстро после изучения дизайна они могут выполнять поставленные задачи?

- запоминаемость: если посетители возвращаются на веб-сайт после отсутствия, насколько легко они вспоминают основной дизайн и инструменты для решения задач?

- удовлетворенность: насколько приятно пользоваться веб-сайтом?

Преимущества использования юзабилити:

- снижение расходов на развитие ресурса;
- рост прибыли за счет увеличения продаж;
- снижение издержек на продвижение веб-сайта;

- повышение удовлетворенности посетителей.

б) Контент – это содержание или наполнение веб-сайта, которое логически связано с системой навигации и графическими элементами.

в) Карточка товара. На карточке товара должны быть следующие элементы:

- Изображение. Изображение товара должно быть четким, размещать его лучше всего в центральной части страницы. Чем важнее для пользователя внешний вид товара, тем больше должно быть возможностей для просмотра деталей: фото с разных ракурсов (в идеале – панорама 360°), изображения важных деталей.

- Описание. В тексте описания должна быть представлена исчерпывающая информация о товаре (производитель, материалы, функции, мощность и т. п., плюсы продукта, которые отличают его от аналогов, выгоды, которые получает клиент от приобретения). Ни в коем случае не следует размещать инструкции и описания, автоматически переведенные с иностранного языка.

- Цена. Цена товара должна быть на каждой карточке. Конечно, есть ситуации, когда указать конкретные цифры затруднительно, например, сайт предлагает сложные комплексные услуги без фиксированной цены или дорогостоящее промышленное оборудование. В этом случае можно определить

ценовой минимум, диапазон цен или предусмотреть функционал, чтобы пользователь мог максимально быстро выяснить этот вопрос: заказ звонка, ссылка на калькулятор стоимости либо подача заявки на расчет стоимости, онлайн-консультант.

Например, для тематики «умный дом» размещение цены невозможно, в связи с этим создается функционал подачи заявки на расчет стоимости (одновременно компания получает лид – контактные данные потенциального клиента).

- Способы оплаты, условия доставки, гарантии. Самая распространенная ошибка в интернет-магазинах – это отсутствие информации об условиях продажи на карточке товара. Описание способов оплаты, доставки и возврата должно быть расположено там же, где описан продукт. Если пользователь покинет страницу в поисках нужной ему информации, то вероятность того, что он вернется для совершения покупки, очень мала.

- Отзывы. На решение посетителя приобрести товар существенное влияние оказывают выбор и мнение других покупателей. Словам в отзывах верят с большей готовностью, чем описанию товара на сайте, поэтому наличие комментариев о продукте значительно увеличивает конверсию.

- Недавно просмотренные товары. Блок «Недавно просмотренные товары» позволяет вернуться к продукции, которая просматривалась ранее. Это удобно, когда пользователь выбирает среди множества товаров.

г) Дизайн. Когда человек приходит за покупкой, помимо товаров он оценивает и сам магазин. Так же и в Интернете: люди оценивают не только ассортимент и цены, но и оформление ресурса. «Красивый дизайн» – понятие субъективное, но даже здесь существуют универсальные рекомендации:

- необходимость периодического обновления дизайна веб-сайта, чтобы ресурс не выглядел устаревшим, заброшенным.

- избегание использования мигающих элементов (баннеров, ссылок), всплывающих окон: любое моргание раздражает, отталкивает пользователей. Также эта ошибка может

негативно сказаться на позициях сайта в поисковой выдаче, а значит, и на трафике.

- в дизайне сайта (шапке, меню, футере, кнопках или таблицах) рекомендуется применять не более 3-х цветов; фотографий и логотипа компании это, конечно, не касается.

д) Разделы «Акции», «Скидки», «Спецпредложения». Наличие акций, скидок, бонусов положительно влияет на коммерческую привлекательность ресурса и, соответственно, повышает конверсию.

Очень многое зависит от дизайнерских особенностей ресурса, но общие тенденции в размещении акций на ресурсе таковы:

- обязательна крупная надпись, включающая в себя слова-маркеры: цена, скидка, акция, еще лучше – призывы к действию: «участвуй в акции», «получи скидку» и т. п.;

- место размещения – главная страница сайта и/или отдельная страница, ссылка на которую обязательно должна быть в общем меню;

- по клику на баннер пользователь должен попадать на новую страницу с детальным описанием условий акции и каталогом товаров/услуг, на которые она распространяется;

- необходимо обязательно указывать старую и новую цены, размер скидки.

Однако если действия по улучшению вышеперечисленных факторов не помогают достичь желаемого уровня конверсии, имеет смысл провести более детальный анализ.

Веб-ресурс – сложная система взаимозависимых элементов. Поэтому существует множество различных методов для его анализа, но все они носят изолированный, поверхностный характер, направленный на улучшение определенного аспекта сайта, но не работу сайта в целом.

Поэтому, по мнению авторов, владельцам сайтов целесообразно использовать комплексный метод, включающий в себя элементы наиболее эффективных способов повышения конверсии (сценарный, сплит-тестирование, анкетирование), объединенные в логическую последовательность.

Этапы, из которых состоит комплексный метод повышения конверсии, изображены на рис. 2.

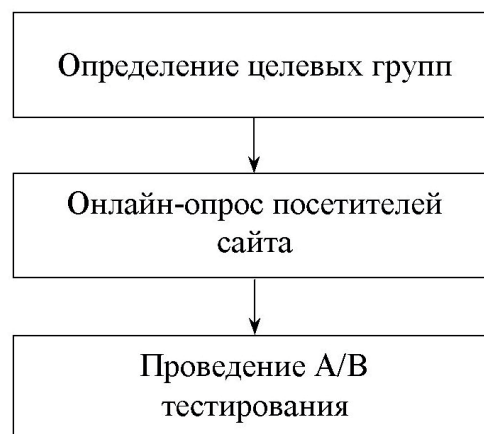


Рис. 2. Этапы комплексного метода повышения конверсии веб-сайта

Первым этапом этого метода является условное определение целевых групп, или анализ и сегментация аудитории сайта. Ее можно осуществить исходя из собственных умозаключений или на основе данных GoogleAnalytics и/или Яндекс.Метрики.

Определение целевых групп позволит не только составить сценарий, но и поможет в понимании структуры ресурса, выстраивании навигации, создании системы фильтрации товаров.

Определив целевые группы и их основные характеристики, следует провести более глубокий и детальный анализ каждой из них. Необходимо узнать их товарные предпочтения, характерное для каждой группы поведение на сайте, основные цели посещения, положительные и негативные аспекты сайта на взгляд посетителей и т. д.

Для этого анализа предлагается использование онлайн-анкетирования. На сайте целесообразно создать заметное оповещение о проведении опроса. Мотивировать посетителей к его прохождению можно посредством использования предложений о предоставлении разнообразных бонусов/скидок при совершении покупки после стопроцентного завершения опроса. Посетители при этом будут мотивированы заполнять форму регистрации, чтобы полученный бонус был прикреплен к их аккаунту.

Следует отметить, что основной массой респондентов будут посетители, еще не

выполнившие целевое действие, что обусловлено предлагаемыми бонусами и/или скидками.

Наиболее актуальные вопросы, которые целесообразно задавать посетителям, представлены в табл. 1:

Таблиця 1

Основные типы вопросов, используемые при проведении онлайн-анкетирования

| Тип вопросов | Вопросы |
|----------------------------|---|
| Вопросы о посетителе | - Как Вы попали на сайт? - Ваш пол, возраст? - Цель посещения сайта? - Достигнута ли цель? |
| Вопросы о дизайне сайта | - Понравился ли Вам дизайн/стилистика сайта? - Если нет, то почему? - Что Вы могли бы предложить для его улучшения? |
| Вопросы о контенте сайта | - Достаточно ли информативны тексты сайта? - Оцените информативность и уникальность контента по шкале от... до... |
| Вопросы о процессе покупки | - Удобен ли интернет-магазин? - Удобно ли расположение элементов, таких как корзина, калькулятор, доставка и оплата? - Дайте оценку длительности пути от поиска необходимого товара до совершения покупки |
| Вопросы об ассортименте | - Довольны ли Вы широтой выбора продукции? - Довольно ли Вы ценами на продукцию, условиями доставки и оплаты? |
| Вопросы о конкурентах | - Заходили ли Вы другие подобные сайты до этого? - Если да, то какие? - Чем они Вам понравились/не понравились? |
| Общие вопросы | - Оцените Ваш опыт на сайте по шкале... - Оцените отдельные элементы сайта по шкале... - Вернетесь ли Вы на сайт в случае возникновения потребности? - Если нет, то почему? |

Виды вопросов можно варьировать в зависимости от целей опроса и тематики сайта.

Собрав достаточное количество анкет и проанализировав их, владелец сайта имеет возможность выявить слабые и спорные места сайта, вызывающие недовольство у посетителей.

Последним этапом комплексного метода повышения конверсии является проведение А/В – тестирования (сплит-тестирования). А/В тестирование – это сравнение двух и более различных вариантов отображения некоторых элементов сайта с целью определить, при каком из них достигается максимальное количество поставленных целей. Таким образом, исправив ошибки и недочеты, выявленные в результате анкетирования, можно оценить эффект от этих действий с помощью показа посетителям двух разных версий.

С помощью сплит-тестирования можно анализировать любые элементы сайта, требующие изменения, доработки или улучшения. Например, компания Google рекомендует тестировать следующие элементы:

а) заголовки и изображения (какие графические элементы лучше всего побуждают посетителей к заказу?);

б) текст;

в) призывы к действию;

г) разметку (какой вариант разметки эффективнее: страница с множеством информационных блоков и призывов к действию, страница с минимальным набором информации или же «золотая середина?»).

Тестировать необходимо небольшое количество элементов одновременно. Если изменить сразу много элементов на каждой странице, будет сложно определить, какое имен-

но их сочетание дает эффект. В каждом эксперименте целесообразно изменять какой-то один элемент, например, главное изображение. Тогда можно будет с уверенностью сказать, что различия в результатах связаны исключительно с этим изображением.

В качестве целевых страниц для тестирования рекомендуется использовать страницы с наибольшим средним числом посещений, что позволит получить статистические результаты быстрее.

Таким образом, в статье было рассмотрено понятие «конверсии веб-сайта» и определены основные факторы, влияющие на ее уровень. К ним можно отнести качество трафика, поступающего на сайт, дизайн сайта, юзабилити и контент сайта. Был также разработан комплексный метод повышения конверсии. Дальнейшие исследования должны быть направлены на поиск более эффективных методов и способов превращения посетителей сайта в клиентов.

ЛІТЕРАТУРА

1. Bryan Eisenberg Call to Action: Secret Formulas to Improve Online Results / B. Eisenberg, J. Eisenberg. – Nashville : Thomas Nelson. – 2006. – 296 p.
2. Лавриненко Я. Б. Повышение конверсии веб-сайтов как способ снижения

рекламных расходов агентств недвижимости // Я. Б. Лавриненко, Тинякова В. И. // Вестник Саратовского государственного социально-экономического университета. – 2013. – № 3. – С. 58–63.

Lavrinenko Ya. B. Povysheniye konversii veb-saytov kak sposob snizheniya reklamnykh raskhodov agentstv nedvizhimosti // Ya. B. Lavrinenko, Tinyakova V. I. // Vestnik Saratovskogo gosudarstvennogo sotsialno-ekonomicheskogo universiteta. – 2013. – № 3. – S. 58–63.

3. Маркарова В. А. Повышение конверсии сайта как эффективный инструмент интернет-маркетинга // В. А. Маркарова // Молодой ученый. – 2015. – № 3. – С. 444–446.

Markarova V. A. Povysheniye konversii sayta kak effektivnyy instrument internet-marketinga // V. A. Markarova // Molodoy uchenyy. – 2015. – № 3. – S. 444–446.

4. Khalid Saleh Conversion Optimization: The Art and Science of Converting Prospects to Customers / K. Saleh, A. Shukairu. – Newton : O'Reilly Media. – 2012. – 320 p.
5. Hunt B. Benjamin Hunt. Convert!: Designing Web Sites to Increase Traffic and Conversion / B. Hunt. – New York : Wiley, – 2012. – 288 p.

Г. В. Козицька, кандидат економічних наук; **Д. В. Куц** (Запорізький національний технічний університет). **Конверсія веб-сайта: теоретико-методичний аспект.**

Анотація. Сьогодні все більше уваги підприємства приділяють мережі Інтернет як одному з найважливіших каналів просування продукції. Обличчям компанії в Інтернеті є її веб-сайт, і від того, наскільки вдало він розроблений, залежить не тільки ставлення користувачів мережі та репутація компанії, але і її рівень продажів. Тому особливу увагу слід приділяти роботі над сайтом компанії з метою перетворення його відвідувачів на покупців. Мета статті – розкрити поняття «конверсія веб-сайта», визначити фактори, що впливають на неї, і розробити методи її підвищення. Визначено основні фактори, що впливають на рівень конверсії. Розроблено та запропоновано комплексний метод підвищення конверсії. Для підтримки стабільно високого рівня конверсії необхідна постійна робота з удосконалення веб-сайта.

Ключові слова: конверсія сайта, внутрішні фактори конверсії, зовнішні фактори конверсії, юзабіліті, контент, методи підвищення конверсії.

G. Kozitskaya, Cand. Econ. Sci.; **D. Kuts** (Zaporozhye National Technical University). **Conversion rate of a website: theoretical and methodological aspect.**

Summary. Today, more and more attention by companies is paid to the Internet as one of the most important channels of product promotion. The face of the company in Internet is its website and on how well it is designed, not only depends its reputation and attitude to the company by users, but also its sales. Therefore, special attention should be given to the constant work on improving company's site to convert its visitors into buyers. Disclosure of the concept of "conversion rate of a website", the definition of the factors influencing it, and developing methods of improving it. Was given a concept of "conversion website" as one of the most important indicators of the efficiency of the Internet resource. The main factors affecting the level of conversion were defined. A complex method of increasing conversion was developed and proposed. In order to maintain a consistently high level of conversion it is necessary to maintain a permanent job on improvement of the website.

Keywords: conversion rate of a website, internal factors of conversion, external factors of conversion, usability, content, methods of increasing the conversion.

СКЛАДОВІ МЕТОДИЧНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ОЦІНКИ ЕФЕКТИВНОСТІ ФУНКЦІОНУВАННЯ ІНДУСТРІАЛЬНИХ ПАРКІВ НА СУЧАСНОМУ ЕТАПІ

Т. Ю. ЧЕРНЯЄВ

(ДВНЗ «Запорізький національний університет»)

Анотація. У статті обґрунтована доцільність створення індустриальних парків в Україні. Досліджено систему показників для оцінки діяльності індустриальних парків. Визначені можливості використання кожного показника системи показників для оцінки діяльності індустриальних парків. Виокремлено зацікавлені особи в процесі оцінки ефективності функціонування індустриальних парків на сучасному етапі. Запропоновано в процесі оцінки ефективності функціонування індустриальних парків враховувати те значення, яке має індустриальний парк для кожного конкретного регіону.

Ключові слова: індустриальний парк, оцінка, система показників, ефективність, зацікавлені особи, значення, роль, підприємства, регіон.

Україна протягом багатьох років здійснювала пошук оптимальної моделі розвитку економіки, направлена, з одного боку, на зростання виробництва, з іншого – на самодостатній розвиток регіонів і створення робочих місць. Зараз найактивніше запроваджується програма створення в Україні індустриальних парків. Раніше цю модель уже прагнули запровадити, але до дій справа не дійшла.

Як свідчить світова практика, інвестування на території індустриальних парків є найприйнятнішою для інвестора формою ведення бізнесу. Україна має всі можливості для їх розвитку. Парки здатні радикально підвищити інвестиційну привабливість України і протягом трьох-чотирьох років залучити в нашу економіку близько 8 млрд дол., а отже, здійснити промислову модернізацію країни та відновити конкурентоспроможність національного товаровиробника на ринку глобальних інвестицій. На такі проекти покладаються великі надії через залучення в регіони потужних інвесторів і впровадження передових технологій, що, в свою чергу, сприятиме створенню нових робочих місць (до 300 тис.) і значному збільшенню надходжень до бюджетів усіх рівнів.

Індустриальні парки дають змогу здійснити промислову модернізацію країни та відновити конкурентоспроможність національного товаровиробника на ринку глобальних інвестицій.

Мета створення індустриального парку – залучити інвестиції в економіку області, розвинути промисловість, підвищити соціальні стандарти життя, забезпечити потреби підприємств України в сучасному електротехнічному обладнанні, електроенергії з альтернативних джерел, первинному алюмінію і напівфабрикатах із алюмінію і його сплавів. Тому оцінка ефективності функціонування індустриальних парків є надзвичайно важливою для всіх учасників, регіонів і держави.

Здійснення оцінки ефективності, функціонування одного з інструментів державної науково-технічної політики – індустриальних парків на сучасному етапі неможливе без розкриття складових методичного забезпечення такої оцінки, серед яких важливе значення мають показники кількісного та якісного складу. Можна виокремити таку систему показників для оцінки діяльності індустриальних парків:

1) кількість фірм, що перебувають на території індустриального парку;

2) характеристика результатів діяльності індустріального парку за відповідними показниками. Серед таких показників: вплив на економіку регіону, частка бюджетних надходжень від діяльності індустріальних парків, кількість нових створених фірм, інноваційна діяльність, спрямована на створення нової продукції, обсяг реінвестицій та інноваційні проекти;

3) частка зайнятих на території індустріального парку згідно зі структурою: працевлаштування випускників університетів, наукові працівники;

4) частка наукомісткої продукції, що виробляється на території індустріального парку. Фірми-клієнти виходять на ринок із наукомісткою продукцією, яка має високий рівень інтелектуальної складової. Лідирують такі напрями: інформаційні технології, комп'ютери та програмні засоби, засоби автоматизації, електроніка й біотехнології, харчові й екологічні технології. Інший вид продукту – науково-технічні послуги: діяльність у сфері науково-технічної інформації; науково-технічна діяльність бібліотек; переклади, редагування та видавництво науково-технічної літератури; збір даних про соціально-економічні явища; випробування, стандартизація, контроль якості; консультування клієнтів, у тому числі державних і громадських служб, які, у свою чергу, самі надають консультації з економічних та інших проблем; патентно-ліцензійна діяльність, що здійснюють державні та громадські організації;

5) характеристика індустріального парку за видом діяльності фірм-клієнтів. Більшість фірм-клієнтів: дослідження і розробки – фундаментальні та прикладні дослідження, експериментальні розробки, виробнича діяльність, маркетингова діяльність, комерціалізація результатів науково-технічної діяльності, реалізація інноваційних та інвестиційних проектів;

6) урахування місцевих особливостей. Залежно від цілей, які переслідує індустріальний парк, виокремлюють три його типи: створення індустріального парку при існуючому науковому центрі (мета – покращення економічного стану території); створення проміжних індустріальних парків (мета – варіація існуючої ідеї). Отже, фірма-клієнт розглядає індустрі-

альний парк як своєрідне «мікросередовище», яке забезпечує зв'язки фірми із зовнішнім середовищем і отриманням послуг. Ці послуги полягають у наданні виробничих площ, забезпеченні відповідною робочою силою, у наданні патентної та технічної допомоги, включаючи консультації щодо можливості впровадження нововведень, інформації про нові продукти та розробки, консультації щодо нових ринків, послуги, метою яких є сприяння виходу нової технології чи товару на ринок. Це можливо при одночасному застосуванні державних інструментів прямої і непрямої дії.

З метою підвищення ефективності роботи індустріальних парків, розвитку інноваційної інфраструктури, стимулювання наукової та науково-освітньої діяльності доцільно:

- забезпечити диверсифікацію моніторингу виконання зареєстрованих інноваційних та інвестиційних проектів технопарків, залучивши до нього (відповідно до їх компетенції) Головки КРУ, ДПА, Мінфін та ДМС;
- скоротити обсяги та терміни виконання проектів технопарків;
- підготувати Концепцію науково-технологічного та інноваційного розвитку з метою адаптації її положень до Програми діяльності Уряду «Назустріч людям»;
- розробити нормативно-правові акти для функціонування різних моделей індустріальних парків та інших інноваційних структур;
- внести до Закону України «Про спеціальний режим інвестиційної та інноваційної діяльності технологічних парків» зміни, які б передбачали державне субсидювання інноваційних проектів на суму фіксованих обсягів сплати податків і митних платежів;
- розробити нову методику розгляду й експертизи інноваційних та інвестиційних проектів;
- запровадити звітність стосовно завершених інноваційних та інвестиційних проектів індустріальних парків щодо дотримання попередніх зобов'язань перед бюджетом і контроль за їх виконанням.

На нашу думку, будь-яке запровадження дій призводить до розвитку бізнесу, так індустріальний парк стає інструментом розвитку біз-

несу, коли кожен із учасників парку реалізовує свої завдання та цілі.

Розвиток бізнесу реалізується шляхом збільшення клієнтської бази, розширення ринків, розвитку партнерства.

Оскільки вигоди від побудови та розвитку індустріального парку залежать від інвестицій кожного із учасників, то потрібно спершу залучити керуючу компанію.

Першою зацікавленою стороною у створенні індустріальних парків є уряд, центральні органи влади. Потенційні вигоди зі створення парків – це ріст інвестицій в економіку країни загалом. Що потрібно «інвестувати»? «Правила гри», пільги та преференції, логістична інфраструктура, макроекономічна стабільність.

Другою зацікавленою стороною є місцеві органи влади. Потенційні вигоди – наповнення місцевих бюджетів, працевлаштування

громадян регіону. Для інвестування потрібно виділити земельні ділянки, преференції на місцевому рівні, «супроводження» та консультації інвесторів.

Третьою зацікавленою стороною у створенні індустріальних парків є інвестори – резиденти індустріальних парків. Потенційні вигоди – доступ до нових ринків, клієнтів, кращий доступ до існуючих ринків завдяки логістичній інфраструктурі. Інвестувати потрібно – фінансові інвестиції, інвестиції «часу», експертиза та досвід.

І нарешті, четвертою зацікавленою стороною є представники організацій із захисту навколишнього середовища. Потенційні вигоди – винесення екологічно несприятливих виробництв за межі міст. Інвестуванню – громадський контроль.

Із цих тверджень можна зробити «пам'ятку» у формі таблиці (табл. 1).

Таблиця 1

Потенційні вигоди та учасники інвестування

| Зацікавлена сторона | Потенційні вигоди | Об'єкти інвестування |
|--|---|---|
| Уряд, центральні органи влади | Ріст інвестицій в економіку країни загалом | «Правила гри», пільги та преференції, логістична інфраструктура, макроекономічна стабільність |
| Місцеві органи влади | Наповнення місцевих бюджетів, працевлаштування громадян регіону | Виділити земельні ділянки, преференції на місцевому рівні, «супроводження» та консультації інвесторів |
| Інвестори – резиденти індустріальних парків | Доступ до нових ринків, клієнтів, кращий доступ до існуючих ринків завдяки логістичній інфраструктурі | Фінансові інвестиції, інвестиції «часу», експертиза та досвід |
| Представники організацій із захисту навколишнього середовища | Винесення екологічно несприятливих виробництв за межі міст | Громадський контроль |

Створення індустріального парку забезпечить:

1. активізацію процесу залучення в економіку зовнішніх і внутрішніх інвестицій;

2. створення сприятливих умов для розміщення нових підприємств, у тому числі іноземних;

3. збільшення надходження до бюджетів податків, зборів (обов'язкових платежів);

4. здійснення технічного переоснащення, забезпечення збільшення обсягів виробництва

конкурентоспроможних товарів;

5. забезпечення ефективного використання потенціалу існуючих підприємств;

6. збільшення регіональних темпів зростання промислового виробництва;

7. збільшення кількості зайнятого населення, унаслідок цього – покращення соціальних стандартів і економічної ситуації як у районі, так і у регіоні загалом;

8. зростання заробітної плати, підвищення рівня і якості життя населення;

9. мінімізація негативного впливу кризи традиційних видів промисловості характерних для регіону та її наслідків на економіку й соціальну сферу регіону.

Індустріальні парки сьогодні дають шанс провести серйозну технологічну революцію в Україні, залучити сюди «розумні» інвестиції, які будуть спрямовані на технології та модернізацію, відновити національного товаровиробника.

Достовірна оцінка ефективності функціонування індустріального парку дозволяє сформулювати послідовність дій подальшого розвитку та стратегію свого позиціонування, що є запорукою успіху створення та організації роботи як на внутрішньому, так і на зовнішньому ринках. Також дозволить визначити основні необхідні інструменти, що може застосовувати держава для підтримки найперспективніших галузей, та відпрацювати робочу схему планування, створення та управління індустріальними парками в Україні.

ЛІТЕРАТУРА

1. Козаченко Р. П. Макрофінансова допомога в рамках співробітництва України з Європейським Союзом / Козаченко Р. П. // Стратегія розвитку України. Економіка, соціологія, право. – 2011. – № 2. – С. 77–79.
2. Жилінська О., Габруко І. // Вісник Київського національного університету імені Т. Шевченка. Серія: Економіка. – 2003. – № 66–67. – С. 27–29.
3. Про індустріальні парки [Електронний ресурс] : Закону України // Верховна Рада України : веб-портал. – Київ. – 1994–2015 Програмно-технічна підтримка – Управління комп'ютеризованих систем. – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/5018-17>. – Назва з екрана.

Т. Ю. Черняев (Запорожский национальный университет). **Составляющие методического обеспечения оценки эффективности функционирования индустриальных парков на современном этапе.**

Аннотація. В статті обґрунтована цілесобразність створення індустріальних парків в Україні. Исследована система показателів для оцінки діяльності індустріальних парків. Определены возможности использования каждого показателя системы показателей для оценки деятельности индустриальных парков. Выделены заинтересованные лица в процессе оценки эффективности функционирования индустриальных парков на современном этапе. Предложено в процессе оценки эффективности функционирования индустриальных парков учитывать то значение, которое имеет индустриальный парк для каждого конкретного региона.

Ключевые слова: індустріальний парк, оцінка, система показателів, ефективність, заинтересованні особи, значення, роль, підприємства, регіон.

T. Chernjaev (Zaporizhzhya national university). **Constituents of methodical providing of estimation of efficiency of functioning of industrial parks are on the modern stage.**

Summary. *Expediency of creation of industrial parks is reasonable in Ukraine. The system of indexes is investigational for the estimation of activity of industrial parks. Possibilities of the use of every index of the system of indexes are certain for the estimation of activity of industrial parks. Interested persons are distinguished in the process of estimation of efficiency of functioning of industrial parks on the modern stage. It is offered, in the process of estimation of efficiency of functioning of industrial parks, to take into account a that value which has an industrial park for every concrete region.*

Keywords. *Industrial park, estimation, system of indexes, efficiency, interested persons, values, role, enterprises, region.*

МОТИВАЦИЯ ТРУДА: МЕТОДОЛОГИЯ ИССЛЕДОВАНИЯ, МОДЕЛИ И МЕХАНИЗМЫ РЕАЛИЗАЦИИ

Л. И. ДМИТРИЧЕНКО, доктор экономических наук
(Донецкий национальный университет);

Л. А. ДМИТРИЧЕНКО, кандидат экономических наук
(Донецкий национальный университет экономики и торговли
имени Михаила Туган-Барановского)

Аннотация. Цель статьи – на основе изучения моделей и механизмов мотивации и стимулирования труда обосновать современный механизм мотивации труда в Украине, который бы стал действенным фактором развития производительных сил в стране. Развитие мотивации к результативной работе невозможно без регулирующей функции государства. Система мотивации труда в Украине должна учитывать современные деформации в оплате труда, специфику работы государственных служащих, работников корпоративных структур и частных предприятий и факт существования теневого сектора экономики. Таким образом, степень удовлетворения широкого спектра растущих потребностей и амбиций трудящегося человека (при данной системе мотивации труда) предопределяет его дальнейшее отношение к труду, совокупные результаты труда, а вместе с тем – социально-экономическое, психологическое и политическое равновесие в обществе.

Ключевые слова: мотивы, стимулы, труд, модели и механизмы мотивирования труда.

Труд как целесообразная деятельность людей, направленная на удовлетворение жизненных потребностей, всегда был и остаётся необходимым условием существования человеческого общества. По выражению К. Маркса, труд – «вечное естественное условие человеческой жизни, и поэтому он не зависит от какой бы то ни было формы этой жизни, а, напротив, одинаково общ всем её общественным формам» [1, с. 195]. Исторический опыт и теоретические исследования дают основание для вывода о том, что главным условием роста эффективности труда является мотивация и стимулирование труда.

В современных условиях развития рыночных отношений в Украине возникает объективная необходимость создания научно обоснованного механизма мотивации труда персонала предприятий, который бы смог с помощью действенных рычагов и стимулов повысить заинтересованность работников продуктивно и качественно работать, способствовать подъему их конкурентоспособности,

обеспечить качественное обновление трудового менталитета. Таким образом, проблема остаётся актуальной не только в ближайшей, но и в весьма отдалённой перспективе.

Научный интерес к данной проблеме обусловил постановку задачи и цель исследования: на основе изучения моделей и механизмов мотивации и стимулирования труда, опираясь на общепризнанные методы познания, обосновать современный механизм мотивации труда в Украине, который бы стал действенным фактором развития производительных сил в стране и отвечал приоритетам формирования социально-ориентированной рыночной экономики.

В наших исследованиях мы неоднократно подчёркивали, что в течение более двух десятилетий в украинской национальной литературе в рамках экономической теории методологические аспекты труда почти не исследуются, как не исследуются и проблемы мотивации и стимулов к труду [2, с. 24–27; 3, с. 26–29]. В условиях экономической системы, которая

имеет место в современной Украине, труд как таковой, человек труда с его материальными интересами и стимулами к труду привлекают капитал только в аспекте способности производить прибавочную стоимость. К тому же отход от теории трудовой стоимости обусловил значительное ограничение исследования круга вопросов по проблеме труда и основы ее организационных форм – экономической собственности. Исключением является блестящая многоаспектная статья профессора М. П. Хохлова, в которой рассмотрена природа социально-экономического устройства общества и закономерности его движения. Ученый совершенно справедливо отмечает: «Результаты реформирования отношений собственности в Украине, направленного на реорганизацию хозяйственной жизни общества, фундаментальным отношением которой становится частная собственность, имеют не только экономическое измерение, но и негативные социальные последствия, повлиявшие не в лучшую сторону на духовное состояние общества, мораль, нравственность и сместившие ориентиры ценностного восприятия жизненного успеха, особенно у молодого поколения» [4, с. 6].

Действительно, отход от идеала человека труда разрушил и саму идею труда как основы экономического развития общества. Следствием этого стало игнорирование проблемы стимулирования труда, как на уровне её методологического анализа, так и в практике. В Украине это проявилось в нарушении ряда экономических законов, в оторванности уровня оплаты труда от реальных показателей трудовой деятельности, в субъективном подходе руководителей компаний и предприятий к определению уровней оплаты труда персонала и т. п. Снижение мотивационных принципов и стимулов к труду, на наш взгляд, является одной из главных причин существенного сокращения объёмов валового внутреннего продукта. За более чем двадцать лет независимости Украина не достигла стартового уровня производства ВВП: в конце 2013 г. ВВП составлял менее 68 % его объема в 1990 г. [5]. По данным Национального банка Украины, в 2014 г. по сравнению с 2013 г. ВВП

сократился на 7,5 %. Начиная с III квартала 2012 г. по настоящее время (начало лета 2015 г.), в стране происходит устойчивое снижение ВВП – ускоренно с I квартала 2014 г. К концу 2015 г. прогнозируется падение ВВП на 9–9,5 % [6]. На наш взгляд, кроме современных военно-политических катаклизмов, имеющих место в стране, на обвал экономики Украины существенно повлиял отход от реального сектора экономики, увлечение идеей «создания» ВВП в сфере услуг, формирование виртуальной экономики, «подкреплённое» снижением стимулов к труду, распространением распределительно-потребительского настроения людей, в чём повинна (кроме всего прочего) и экономическая наука.

В этой связи уместно заметить, что многие авторы не рассматривают труд как фактор развития общества (даже если речь идет о факторах экономического развития!). Примером тому статья А. Москаленко «Общесовременные факторы опережающего экономического развития». Автор статьи абсолютно прав в том, что необходимо учитывать внеэкономические факторы развития страны, однако невозможно вести речь об опережающем экономическом развитии без анализа его основы – труда, производства [7, с. 20]. Таким образом, теоретической экономической науке предстоит серьёзная работа в области методологии исследования труда и механизмов реализации мотивации и стимулов к труду как основы созидательной деятельности людей, роста ВВП и благосостояния граждан.

Мотивация труда – важнейший фактор результативности работы, и в этом качестве она составляет основу трудового потенциала работника, то есть всей совокупности свойств, влияющих на производственную деятельность. Мотивационный потенциал – своего рода «пусковой механизм» активизации способностей человека и его трудовой деятельности.

Следует подчеркнуть, что в научной литературе существует точка зрения о тождестве категорий «мотив» и «стимул», с чем нельзя согласиться. Практическое значение такого разграничения даёт возможность построения чёткого механизма мотивации и стимулиро-

вания труда. Слово «стимул» (от лат. *stimulus* – кнут, которым погоняют животное) означает побуждение к действию, заинтересованность в осуществлении чего-нибудь [8 с. 862]. Исходя из этимологии термина, можно считать, что в основе этих побудительных действий лежат *внешние факторы* (материальные, моральные и т. д.). Таким образом, под стимулом понимаются *внешние побуждения*, которые имеют целевую направленность. Мотив – также побуждение к действию. Но в его основе могут быть как внешние факторы – стимулы (вознаграждение, служебное продвижение, административная решение, приказ, распоряжение), так и внутренние рычаги, побуждающие человека к действию (чувство долга, ответственность, страх, благородство, стремление к самовыражению и т. п.). *Стимул превращается в мотив только тогда, когда он осознан человеком.*

Мотивы и стимулы к труду разнообразны. Однако общим в них является то, что они обусловлены потребностями человека и то, что удовлетворение потребностей *связано с трудовой деятельностью* (по крайней мере, для абсолютного большинства людей). Необходимость создания действенного мотивационного механизма определяется тем, что, имея мотивацию, подкреплённую стимулами, люди более эффективно выполняют поставленные цели.

С углублением общественного разделения труда и усложнением общественных связей, у человека появилась потребность участия в трудовом процессе не только как физической силы, но и умственно способного субъекта. Поэтому закономерным становится то, что мотивация труда через физическое принуждение исчерпала себя. Начался поиск эффективных систем мотивации труда на основе понимания действительности влияния мотивов на деятельность человека. Переход к рыночным отношениям экономических субъектов создаёт новые возможности для развития мотивации персонала предприятий и фирм. В современной Украине проблема мотивации человека к труду имеет особое значение, так как решение задач, которые стоят перед обществом, возможно лишь при условии создания надлежа-

щей мотивационной основы, способной побудить персонал предприятий к эффективной деятельности. Речь идет о применении современных форм и методов стимулирования личности, способствующих высокой результативности ее работы.

В эволюции всей совокупности теорий трудовой мотивации условно можно выделить восемь этапов. Первые четыре (до конца XIX в.) концентрировали внимание на реакции людей на условия и результаты труда. В последующие четыре этапа развития *современных* теоретических взглядов по вопросам мотивации трудовой деятельности (с конца XIX в. по настоящее время) акценты переносятся на иерархию потребностей с учётом психологических факторов, групповых целей, реализации личных амбиций человека [2, 9].

Если говорить о четырёх современных этапах развития теорий мотивации, то *первый этап* (конец XIX – первая четверть XX в.) связан с возникновением «школы научного управления». Он характеризуется тем, что на смену общим принципам управления Ф. Тейлор и его сторонники предложили научную систему знаний о формах и методах рациональной организации производства и труда. *Второй этап* (вторая четверть XX в) связан со школой «человеческих отношений». Ее автором является американский социолог Э. Мэйо. Участие рабочих в производстве он рассматривал не только как технико-экономический, но и как сложный социально-психологический процесс. Учёный рекомендовал руководителям применять приемы управления человеческими отношениями, непосредственно влияя на подчиненных и обеспечивая широкие возможности для общения в процессе работы. *На третьем этапе* (60–70-е гг. XX в.) представления о мотивации, ее природе и механизмах действия дополнились рядом содержательных и процессуальных теорий мотивации трудовой деятельности. Возникла теория «соучастия», предложенная американским социологом Д. Мак-Грегором. *Четвертый этап* в развитии теории и практики мотивации связан с переоценкой роли и места человека в общественном производстве, с новой «идеологией» мотивации,

основанной на использовании широкого спектра экономических, социальных, психологических и других факторов активизации трудовой деятельности. В системе этих факторов существенное место занимает фактор социальной карьеры, реализация личных амбиций в соответствии с законом возвышения потребностей.

Следует подчеркнуть, что содержательные и процессуальные теории мотивации трудовой деятельности до сих пор оказывают значительное влияние на практику мотивации персонала. *Содержательные теории* (теория мотивации А. Маслоу, теория мотивации Д. МакКлелланда, теория мотивации Ф. Герцберга) базируются на изучении потребностей человека. *Процессуальные теории* (теория ожиданий, или модель мотивации В. Врума; теория справедливости С. Адамса и модель Портера – Лоулера) акцентируют внимание на распределении усилий работников и выборе определенного вида поведения для достижения конкретных целей. Следует подчеркнуть, что ни одна из теорий не может охватить полный спектр всех мотивов человека в процессе его деятельности. Содержательные теории основное внимание уделяют анализу факторов, лежащих в основе мотивации, и практически не уделяют внимание самому процессу мотивации. Процессуальные теории посвящены анализу процесса мотивации, описанию и прогнозированию результатов этого процесса, но не касаются содержания мотивов. Хотя содержательные и процессуальные теории расходятся по ряду вопросов, они не являются взаимоисключающими, а скорее дополняют друг друга.

Обоснование моделей и механизмов, активизирующих трудовую деятельность персонала, предполагает изучение международного опыта мотивации и стимулирования труда. В высокоразвитых странах мира накоплен значительный опыт положительного влияния прогрессивных систем мотивации и стимулирования труда на трудовые потенциалы человека. Изучение этого опыта, его теоретическое обобщение и *использование* в практике активизации трудовой деятельности может быть весьма полезным для Украины. В современ-

ной научной литературе выделяют *американскую, европейскую и японскую модели мотивации труда*. Каждая из моделей учитывает национальные особенности подходов к мотивации персонала предприятий.

Американская модель ориентирована на всемерное поощрение предпринимательства и обогащения наиболее активной части населения, на учёт социально-культурных особенностей нации – стремление к достижению личного успеха и высокого уровня благосостояния. На предприятиях США используют две группы стимулов: 1) стимулы, поддерживающие престиж организации (отчисления в пенсионный фонд, страховые и больничные доплаты, право приобретения акций фирмы на льготных условиях, участие в прибылях); 2) стимулы, поддерживающие высокий уровень производительности и качества труда (премирование в форме денежных выплат, продвижение по службе, моральное стимулирование и т. п.).

Что касается специалистов и руководителей, то в США наиболее эффективными методами мотивации их труда являются следующие: владение частью акций компании, использование доплат и надбавок, привлечение к руководству специальными программами, участие в управлении и т. п. С точки зрения специалистов, в американской системе всё-таки низкой является эффективность форм морального стимулирования.

Европейская модель мотивации труда ориентируется на укрепление чувства общности работников фирмы, воспитание кадров в духе партнерства; активизацию прямых неформальных контактов; развитие индивидуальных навыков работников, инициативы, творческих навыков человека. В этой системе используются различные виды материального поощрения. Например, в британских фирмах получило распространение поощрение в форме подарков. Причём процедура вознаграждения осуществляется на рабочих местах, на праздниках в кругу фирмы. Это позволяет популяризировать достижения в области повышения эффективности и качества труда. Механизмы стимулирования труда в Финляндии, Швеции и других скандинавских стран

ориентируют на установление человеческих контактов по принципу «имей друзей и оберегай добрые человеческие отношения»; укрепление семьи – главной ячейки общества, где человек получает значительную часть мотивации к жизни и труду; формирование четкой позиции по главным жизненным проблемам и ценностям [10].

Шведская система стимулирования труда отличается сильной социальной политикой, направленной на сокращение имущественного неравенства за счет перераспределения национального дохода в пользу менее обеспеченных слоев населения. Шведские профсоюзы не позволяют хозяевам низкорентабельных предприятий снижать заработную плату ниже уровня, установленного на переговорах о перезаключении коллективных трудовых соглашений. Это побуждает предпринимателей модернизировать производство, что ведёт к развитию производительных сил, росту объёмов производства и заработной платы и, как следствие, – к высокому уровню мотивации к труду. Одной из форм мотивации, получившей широкое применение в практике европейских предприятий, является использование гибких графиков работы, а также возможности трудиться как на рабочем месте, так и дома, в зависимости от конкретных обязанностей сотрудника и договоренности между ним и его руководителем.

Японская модель мотивации труда отличается поиском нестандартных форм сочетания материальных и моральных стимулов к труду, благодаря чему удалось добиться высоких показателей социально-экономического развития страны. Основными составляющими мотивации труда в Японии являются система пожизненного найма, неформальные межличностные отношения сотрудников, коллективизм в работе, ротация кадров, корпоративная философия, трудовая мораль. Японские методы мотивации труда делятся на три группы: организационно-правовые, экономические и социально-психологические. К первой относят совершенствование форм и методов организации труда и производства; ко второй – различные формы оплаты труда и социально-бытовых потребностей работни-

ков; к третьей – социально-психологические методы, направленные на удовлетворение потребностей высокого уровня (самоуважение, признание достижений, творческая составляющая работы). Ключевой компонентой динамичного развития Японии является человеческий фактор, а основой мотивации труда – гармонизация труда и капитала. Каждая японская фирма имеет собственную корпоративную философию, в которой исповедуется искренность, гармония, сотрудничество со смежниками и клиентами, вклад в улучшение жизни общества.

Как известно, в Японии в механизме мотивации труда особое место принадлежит системе «пожизненного найма». По оценкам японских экономистов, этой системой охватывается от 22 до 30 % наемного персонала. Кроме того, в японских компаниях используется система выплат и услуг социального характера: выходные пособия и пенсии, медицинские услуги, предоставление жилья и дотации на его приобретение и оплату, питание в течение рабочего дня, физкультурно-спортивные культурно-развлекательные мероприятия, личное страхование, обеспечение при производственном травматизме; так называемые натуральные выплаты (бесплатное обеспечение товарами), содействие в получении образования членами семей работников фирмы, целевые субсидии и другие услуги.

На фоне достижений высокоразвитых стран мира в области использования различных систем мотивации и стимулов к труду современное состояние мотивации труда в Украине обусловило всеобщую трудовую пассивность; низкую значимость таких мотивов труда как служебный, профессиональный и квалификационный рост; определение социального статуса личности в значительной мере по нетрудовым критериям; желание иметь стабильную, высокооплачиваемую работу, которая удовлетворит необходимый уровень потребностей, но с низкой интенсивностью труда, не требующего постоянного повышения квалификации.

Одна из наиболее существенных причин низкой трудовой мотивации в Украине – крайне негативные перераспределительные процес-

сы, когда владельцы капитала нагло присваивают себе не только весь прибавочный продукт, но и значительную часть (30–40 %) необходимого продукта [11]. Практика показывает, что в условиях коррумпированной и криминализованной экономики Украины заработная плата – это минимизированная до предела доля дохода наемного работника в созданном продукте. Она формируется по остаточному принципу, а различные формы откровенной эксплуатации наемных работников предпринимателями подрывают принципы справедливой оплаты труда и «угнетают» мотивацию. Так, по сравнению с высокоразвитыми странами доля денежной оплаты труда в ВВП Украины ниже более чем в 2 раза. Удельный вес оплаты труда в себестоимости продукции в Украине колеблется в пределах 11–13 %, тогда как в странах рыночной экономики эта величина втрое больше (30–35 %). С каждым годом растёт разрыв доходов владельцев средств производства и наёмных работников: децильный коэффициент в промышленности Украины с 1:6 в 1990 г. вырос до 1:30 в 2005 г., а в настоящее время, по оценке учёных, он более чем 1:50 [12]. Среднегодовая заработная плата в Украине в 2014 г. составляла всего 6,86 % соответствующего показателя в США [11]. Это вызывает лишь негативную мотивацию украинских граждан к труду. А на фоне макроэкономических показателей Украины можно говорить о кризисе системы мотивации труда в стране.

Опыт стран развитой рыночной экономики убеждает в том, что развитие мотивации к результативной работе невозможно без регулирующей функции государства, прежде всего в вопросах трудового законодательства, определения минимальной заработной платы, дифференциации доходов и их индексации, оптимизации налогообложения, установления ряда социальных гарантий и льгот. Система мотивации труда в Украине должна учитывать не только современные деформации в оплате труда, но и специфику работы государственных служащих, работников корпоративных структур и частных предприятий. Кроме того, необходимо учитывать факт существования теневого сек-

тора экономики. Исходя из того, что механизм мотивации труда – это целостный комплекс, охватывающий экономические, социальные, психологические, моральные стимулы, необходимо управлять ними с целью повышения эффективности труда. Следует иметь в виду, что мотивационный механизм изменчив во времени и пространстве, поэтому он должен быть гибким и мобильным.

Таким образом, изучение теорий, моделей и механизмов мотивации трудовой деятельности даёт основание для следующих выводов: 1) ни одна из теорий не может полностью охватить весь спектр мотивов трудовой деятельности человека; 2) существует множество «прозрачных» и «теневых» механизмов удовлетворения потребностей, однако главным механизмом остаётся труд; 3) чем более широкий спектр мотивов выявит теория и будет учитывать практика, тем более эффективным будет механизм мотивации труда и сам труд; 4) адекватное труду вознаграждение даёт возможность человеку удовлетворить ожидаемую потребность; 5) степень удовлетворения широкого спектра растущих потребностей и амбиций трудящегося человека (при данной системе мотивации труда) предопределяет его дальнейшее отношение к труду, совокупные результаты труда, а вместе с тем – социально-экономическое, психологическое и политическое равновесие в обществе.

ЛИТЕРАТУРА

1. Маркс К. Капитал. Критика политической экономии : Сочинения : в 23 т. / К. Маркс и Ф. Энгельс. – 2-е изд. – Москва : Государственное издательство политической литературы, 1959. – Т. 1. – 907 с.

Marks K. Kapital. Kritika politicheskoy ekonomii : sochineniya v 23 t. / K. Marks i F. Engels. – 2-e izd. – Moskva : Gosudarstvennoye izdatelstvo politicheskoy literatury, 1959. – T. 1. – 907 s.

2. Дмитриченко Л. І. Еволюція трудової мотивації та її криза в українському суспіль-

- стві / Л. І. Дмитриченко, В. І. Якименко, О. М. Михайлова // Схід: аналітично-інформаційний журнал. – 2010. – № 2 (102). – С. 24–27.
- Dmytrychenko L. I. Evoliutsiia trudovoi motyvatsii ta yii kryza v ukrainskomu suspilstvi / L. I. Dmytrychenko, V. I. Yakymenko, O. M. Mykhailova // Skhid: analitychno-informatsiyni zhurnal. – 2010. – № 2 (102). – S. 24–27.
3. Дмитриченко Л. І. Мотивація до праці як чинник конкурентоспроможності національної економіки / Л. І. Дмитриченко, Л. А. Дмитриченко // Конкурентна політика в умовах модернізації економіки : матеріали Міжнар. наук.-практ. конф., 18–19 жовт. 2012 р. – Київ : КНТЕУ, 2012. – Т. 1. – С. 26–29.
- Dmytrychenko L. I. Motyvatsiia do pratsi yak chynnyk konkurentospromozhnosti natsionalnoi ekonomiky / L. I. Dmytrychenko, L. A. Dmytrychenko // Konkurentna polityka v umovakh modernizatsii ekonomiky : materialy Mizhnar. nauk.-prakt. konf., 18–19 zhovt. 2012 r. – Kyiv : KNTEU, 2012. – T. 1. – S. 26–29.
4. Хохлов Н. П. Экономическое содержание собственности в аспекте социально-экономических преобразований / Н. П. Хохлов // Экономическая теория. – 2013. – № 3. – С. 5–15.
- Khokhlov N. P. Ekonomicheskoye sodержaniye sobstvennosti v aspekte sotsialno-ekonomicheskikh preobrazovaniy / N. P. Khokhlov // Ekonomicheskaya teoriya. – 2013. – № 3. – S. 5–15.
5. Валовий регіональний продукт [Електронний ресурс] // Державна служба статистики України : офіц. веб-сайт. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua/>. – Назва з екрана.
- Valovyi rehionalnyi produkt [Elektronnyi resurs] // Derzhavna sluzhba statystyky Ukrainy : ofits. veb-sait. – Rezhym dostupu: <http://www.ukrstat.gov.ua/>. – Nazva z ekrana.
6. Экономика Украины [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://ru.wikipedia.org/wiki/>. – Назва з екрана. – Дата перегляду: 15.07.2015.
- Ekonomika Ukrainy [Elektronniy resurs]. – Rezhim dostupu : <https://ru.wikipedia.org/wiki/>. – Nazva z ekrana. – Data pereglyadu: 15.07.2015.
7. Москаленко А. Н. Общецивилизационные факторы опережающего экономического развития / А. Н. Москаленко // Экономическая теория. – 2013. – № 3. – С. 16–31.
- Moskalenko A. N. Obshchetsivilizatsionnyye faktory operezhayushchego ekonomicheskogo razvitiya / A. N. Moskalenko // Ekonomicheskaya teoriya. – 2013. – № 3. – S. 16–31.
8. Словник іншомовних слів: 23000 слів та термінологічних словосполучень / уклад. Л. О. Пустовіт [та ін.]. – Київ : Довіра, 2000. – 1018 с.
- Slovyk inshomovnykh sliv: 23000 sliv ta terminolohichnykh slovospoluchen / uklad. L. O. Pustovit [ta in.]. – Kyiv : Dovira, 2000. – 1018 s.
9. Колот А. М. Мотивація персоналу / А. М. Колот. – Київ : КНЕУ, 2012. – 337 с.
- Kolot A. M. Motyvatsiia personalu / A. M. Kolot. – Kyiv : KNEU, 2012. – 337 s.
10. Козичева Н. Б. Проблема и задачи мотивации персонала / Н. Б. Козичева, Б. С. Козичев // Менеджмент в России и за рубежом. – 2001. – № 2. – С. 13–19.
- Kozicheva N. B. Problema i zadachi motivatsii personala / N. B. Kozicheva, B. S. Kozichev // Menedzhment v Rosii i za rubezhom. – 2001. – № 2. – S. 13–19.
11. Динаміка середньомісячної заробітної плати по регіонах у 1995–2014 роках [Електронний ресурс]. – Режим доступу:

http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2006/gdn/prc_rik/prc_rik_u/dszpR_u2005.html. – Назва з екрана. – Дата перегляду: 15.07.2015.

Dynamika serednomisiachnoi zarobitnoi platu po rehionakh u 1995–2014 rokakh [Elektronnyi resurs]. – Rezhym dostupu: http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2006/gdn/prc_rik/prc_rik_u/dszpR_u2005.html. – Nazva z ekrana. – Data perehliadu: 15.07.2015.

12. Вахович І. М. Теоретичні засади формування моделі сталого розвитку суспільства / І. М. Вахович // Науковий вісник Волинського національного університету імені Лесі Українки. – 2009. – № 15. – С. 72–77.

Vakhovych I. M. Teoretychni zasady formuvannya modeli staloho rozvytku suspilstva / I. M. Vakhovych // Naukovyi visnyk Volynskoho natsionalnogo universytetu imeni Lesi Ukrainky. – 2009. – № 15. – S. 72–77.

Л. І. Дмитриченко, доктор економічних наук (Донецький національний університет); **Л. А. Дмитриченко**, кандидат економічних наук (Донецький національний університет економіки і торгівлі імені Михайла Туган-Барановського). **Мотивація праці: методологія дослідження, моделі й механізми реалізації.**

Анотація. Мета статті – на основі вивчення моделей і механізмів мотивації та стимулювання праці обґрунтувати сучасний механізм мотивації праці в Україні, який би став дієвим чинником розвитку продуктивних сил у країні та відповідав пріоритетам формування соціально орієнтованої ринкової економіки. Формування ефективного мотиваційного механізму неможливе без його методологічного обґрунтування, а також без дослідження й систематизації моделей і механізмів, що існують у провідних країнах світу. Система мотивації праці в Україні має враховувати не тільки сучасні деформації в оплаті праці, а й специфіку роботи державних службовців, працівників корпоративних структур і приватних підприємств. Необхідно також мати на увазі факт існування тіньового сектора економіки. Ступінь задоволення широкого спектра зростаючих потреб і амбіцій трудящої людини (при даній системі мотивації праці) зумовлює його подальше ставлення до праці, сукупні результати праці, а разом з тим – соціально-економічну, психологічну та політичну рівновагу в суспільстві.

Ключові слова: мотиви, стимули, праця, моделі й механізми мотивування праці.

L. Dmytrychenko, Dc. Econ. Sci. (Donetsk National University); **L. Dmytrychenko**, Cand. Econ. Sci. (Donetsk National University of Economics and Trade M. Tugan Baranovsky name). **Labor motivation: research methodology, models and implementation arrangements.**

Summary. Under the conditions of market relations in Ukraine there was an objective need for an effective mechanism of motivation of labor, which could be through effective levers and incentives to increase the interest of employees to work productively and to ensure a qualitative renewal of labor mentality. Based on the study of patterns and mechanisms of motivation and stimulation of labor to justify modern mechanism of labor motivation in Ukraine, which would become an effective factor in the development of productive forces in the country. Development of effective motivation for the work is not possible without the regulatory function of the state. Motivation system in Ukraine should take into account the current strain in wages, the specifics of the government officials, corporate structures and private enterprises and the existence of the shadow economy. The degree of satisfaction of a wide range of growing demands and ambitions of working people (with the system of labor motivation) determines its future attitude to work, the cumulative results of the work, and with it - socio-economic, psychological and political balance in society.

Keywords: motivation, incentives, labor, models and mechanisms of labor motivation.

ЗАБЕЗПЕЧУВАЛЬНІ ПРОЦЕСИ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ ЯКІСТЮ: ПРИКЛАДНІ ОСНОВИ МОНІТОРИНГУ

Л. М. ШИМАНОВСЬКА-ДІАНИЧ, доктор економічних наук
(Вищий навчальний заклад Укоопспілки

«Полтавський університет економіки і торгівлі»);

І. Г. ХАНІН, доктор економічних наук
(Національний університет водного господарства
та природокористування, м. Рівне);

Л. А. РИБАЛКО-РАК, кандидат економічних наук
(Вищий навчальний заклад Укоопспілки

«Полтавський університет економіки і торгівлі»);

Л. М. ГАСЮК, кандидат педагогічних наук
(Черкаський кооперативний економіко-правовий коледж)

Анотація. Моніторинг і вимірювання процесів у системі управління якістю є складною і важливою проблемою, розв'язати яку можна, оцінивши їх ефективність, результативність, підтримку в керованому стані. У статті запропоновано систему показників забезпечувальних процесів системи управління якістю.

Ключові слова: ефективність, процес, процесний підхід, результативність, система управління якістю, управління.

Головним завданням підприємства в сучасних умовах складного й рухливого бізнес-середовища є оперативне реагування на зміни та впровадження оптимальних раціональних заходів в організації і подальшому функціонуванні господарсько-фінансової діяльності. Аналіз ринку і потреб споживачів, моніторинг змін у їх очікуваннях і поведінці є стратегічно важливими процесами підприємства, які визначають його перспективну діяльність щодо створення продукту, його виробництва, доведення до споживача й одержання прибутку. Тому управління якістю повинно комплексно охоплювати всі сфери діяльності у межах підприємства за рахунок певної сукупності процесів – послідовності взаємопов'язаних і взаємозумовлених дій. У працях А. Файоля, Ф. Тейлора, М. Вебера, Г. Хопра, П. Друкера, Е. Демінга, М. Хаммера, Д. Чампі, Д. Харрінгтона було доведено, що управління процесами, а не проектами, продукцією, структурними підрозділами є запорукою стратегічного

успіху суб'єктів господарювання.

У процесі управління якістю на засадах процесного підходу необхідно ідентифікувати бізнес-процеси, які створюють необхідні умови для конкурентоспроможності підприємства. Наукові та нормативно-практичні підходи до моніторингу процесів у системі управління якістю відповідно до стандарту ISO свідчать, що загальноприйнятої системи оцінювання процесів у практиці сучасних підприємств не існує. Тому сучасні підходи до об'єктивної оцінки процесів системи управління якістю характеризуються особливою актуальністю.

Мета дослідження полягає у встановленні системи показників оцінки забезпечувальних процесів системи управління якістю, що ґрунтується на критеріях якості, цінності, результативності, ефективності, адаптивності. Досягнення мети дослідження ґрунтується на застосуванні діалектичного методу наукового пізнання, системного підходу, методів науко-

вої абстракції, логічного аналізу, теоретичного узагальнення.

Відсутність принципів жорсткої структуризації при ідентифікації бізнес-процесів зумовлює відносно вільне їх зарахування до основних і забезпечувальних. В. Г. Єліфьоров, В. В. Репін у своїх дослідженнях розглядають основні, допоміжні та бізнес-процеси управління [3]. Названий підхід набув розширеного змісту в працях В. Є. Командровської, О. Ю. Морозенка, Є. Г. Ойхмана, Е. М. Попова, які розглядають основні, допоміжні бізнес-процеси, бізнес-процеси розвитку та бізнес-процеси управління [4].

М. Портер запропонував до основних бізнес-процесів зараховувати ті, що технологічно створюють продукт (зовнішню логістику, виробництво, внутрішню логістику, маркетинг і продаж, а також післяпродажне обслуговування), а до забезпечувальних – бізнес-процеси інфраструктури підприємства (фінансове управління, планування, відносини з інвесторами), управління кадрами, технологічні розробки (проектування продукту, випробування, проектування процесів, дослідження матеріалів, дослідження ринків) і матеріально-технічне забезпечення [6]. Вважаємо, що процеси технологічної розробки або обслуговування безпосередньо спрямовані на формування доданої цінності. Водночас основною ознакою, яка дозволяє зарахувати бізнес-процеси

до категорії основних або забезпечувальних, має бути характер впливу, прямий або опосередкований, на формування доданої цінності для споживачів. Підсумовуючи назване, зауважимо, що поділ бізнес-процесів на основні та забезпечувальні є умовним, їх перелік, межі та змістовне наповнення є індивідуальними для кожного підприємства і залежить від стратегії його розвитку, адже не існує загальноприйнятих показників оцінки у практиці суб'єктів господарювання. Тому пропонуємо використовувати розроблену систему узагальнених показників оцінки базисних, забезпечувальних процесів і процесів менеджменту на основі якості, що враховує критерії якості, цінності, результативності, ефективності, адаптивності. Предметом нашого дослідження є показники оцінки забезпечувальних процесів системи управління якістю.

Для кожного процесу за відповідним критерієм встановлена формула розрахунку, яка потребує чи то фіксації конкретних даних у певний момент виконання процесу, чи експертної оцінки або ґрунтується на прогнозних даних. При цьому обов'язково слід призначити відповідальних осіб за надання і фіксацію вказаної інформації. По кожному з процесів встановлено цільове (оптимальне) значення критерію, в загальному вигляді, що слугуватиме асоціацією успіху у відповідній сфері діяльності протягом заданого часового інтервалу (табл. 1).

Таблиця 1

Показники оцінки забезпечувальних процесів системи управління якістю

| № ДСТУ | Процеси | Критерії оцінки | Розрахунок показників | Оптимальне значення |
|---------------------------|------------------------|---|---|-------------------------|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 4. Настава системи якості | | | | |
| 4.2 | Вимоги до документації | Якість управління нормативною документацією | $Уд = \frac{Д_{нв}}{\sum НВ} \cdot 100 \%,$ <p>де Уд – вага невідповідностей у процесі управління документацією; $Д_{нв}$ – кількість невідповідностей у процесі управління документацією в аналізованому періоді; $\sum НВ$ – загальна кількість невідповідностей об'єкта оцінки в аналізованому періоді</p> | Уд → min; 0 ≤ Уд ≤ 1 |

Продовж. табл. 1

| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|-------------------------|--|---|--|-------------------------|
| 4.2 | Вимоги до документації | Управління витратами у процесі управління документацією | $\text{Увд} = \frac{Z_{\text{ф}}}{\sum Z_{\text{смк}}} \cdot 100 \%,$ <p>де Увд – вага витрат із управління документацією; $Z_{\text{ф}}$ – витрати фактичні на процес управління документацією в аналізованому періоді; $\sum Z_{\text{смк}}$ – загальні витрати на СУЯ в аналізованому періоді</p> | Увд ≤ 1; Увд → min |
| 4.3 | Оцінка досягнень організації у поліпшенні діяльності | Адаптивність поліпшень | $\text{Ап} = \frac{y_a}{y_{a-1}},$ <p>де Ап – зміни у поліпшенні діяльності; y_a – зміни у поліпшенні діяльності в аналізованому періоді; y_{a-1} – зміни у поліпшенні діяльності в попередньому періоді</p> | Ап ≥ 1 |
| | | Результативність поліпшення діяльності | $\text{Рпд} = \frac{\Pi_{\text{ф}}}{\Pi_{\text{п}}} \cdot 100 \%,$ <p>де Рпд – результативність поліпшення діяльності; $\Pi_{\text{ф}}$ – фактично впроваджені поліпшення діяльності в аналізованому періоді; $\Pi_{\text{п}}$ – заплановані до впровадження поліпшення діяльності в аналізованому періоді</p> | Рпд ≥ 1 Рпд = 100 % |
| 6. Управління ресурсами | | | | |
| 6.1 | Забезпечення ресурсами | Якість управління ресурсами | $\text{Ур} = \frac{\text{УР}_{\text{нв}}}{\sum \text{НВ}} \cdot 100 \%,$ <p>де Ур – вага невідповідностей у процесі управління ресурсами; $\text{УР}_{\text{нв}}$ – кількість невідповідностей у процесі управління ресурсами в аналізованому періоді; $\sum \text{НВ}$ – загальна кількість невідповідностей об'єкта оцінки в аналізованому періоді</p> | Ур → min; 0 ≤ Ур ≤ 1 |
| | | Рівень забезпеченості ресурсами | $\text{РЗр} = \frac{P_{\text{н}}}{P_{\text{п}}} \cdot 100 \%,$ <p>де РЗр – забезпеченість ресурсами; $P_{\text{н}}$ – ресурси, наявні в аналізованому періоді; $P_{\text{п}}$ – ресурси, необхідні в аналізованому періоді</p> | РЗр ≥ 1 РЗр = 100 % |

Продовж. табл. 1

| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|-----|------------|---|---|--|
| 6.2 | Люди | Якість управління навчанням | $У_n = \frac{\Pi_n}{\Pi_n} \cdot 100 \%,$ <p>де $У_n$ – вага персоналу, що пройшов навчання; Π_n – чисельність персоналу, що пройшов навчання в аналізованому періоді; Π_n – чисельність персоналу, навчання якого було заплановано на аналізований період</p> | $У_n \leq 1;$ $У_n = 100 \%$ |
| | | Цінність знань персоналу | $Ц_{зп} = \frac{\Pi_{на}}{\sum \Pi_a} \cdot 100 \%,$ <p>де $Ц_{зп}$ – вага персоналу, що пройшов атестацію; $\Pi_{на}$ – чисельність персоналу, що пройшов атестацію в аналізованому періоді; $\sum \Pi_a$ – загальна чисельність персоналу, що атестувався в аналізованому періоді</p> | $Ц_{зп} \leq 1;$ $Ц_{зп} = 100 \%$ |
| | | Якість управління невідповідностями персоналу | $У_{нвп} = \frac{K_{нп}}{K_n},$ <p>де $У_{нвп}$ – кількість невідповідностей на одного торговельно-оперативного працівника; $K_{нп}$ – кількість невідповідностей торговельного процесу в аналізованому періоді; K_{1p} – кількість торговельно-оперативних працівників в аналізованому періоді</p> | $У_{нвп} \rightarrow \min;$ $0 \leq У_{нвп} \leq 1$ |
| 6.3 | Інформація | Якість управління інформацією | $У_i = \frac{I_{нв}}{\sum NB_{yp}} \cdot 100 \%,$ <p>де $У_i$ – вага невідповідностей у процесі інформація; $I_{нв}$ – кількість невідповідностей у процесі інформація в аналізованому періоді; $\sum NB_{yp}$ – кількість невідповідностей у процесі управління ресурсами в аналізованому періоді</p> | $У_i \rightarrow \min;$ $0 \leq У_i \leq 1$ |

Продовж. табл. 1

| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|-----|-----------------------------|--|---|--|
| 6.4 | Інфраструктура | Якість управління інфраструктурою | $U_{\text{інф}} = \frac{I\Phi_{\text{нв}}}{\sum \text{НВ}_{\text{ур}}} \cdot 100 \%,$ <p>де $U_{\text{інф}}$ – вага невідповідностей у процесі інфраструктура; $I\Phi_{\text{нв}}$ – кількість невідповідностей у процесі інфраструктура в аналізованому періоді; $\sum \text{НВ}_{\text{ур}}$ – кількість невідповідностей у процесі управління ресурсами в аналізованому періоді</p> | $U_{\text{інф}} \rightarrow \min;$ $0 \leq U_{\text{інф}} \leq 1$ |
| 6.5 | Робоче середовище | Якість управління робочим середовищем | $U_{\text{рс}} = \frac{C_{\text{нв}}}{\sum \text{НВ}_{\text{ур}}} \cdot 100 \%,$ <p>де $U_{\text{рс}}$ – вага невідповідностей у процесі робоче середовище; $C_{\text{нв}}$ – кількість невідповідностей у процесі робоче середовище в аналізованому періоді; $\sum \text{НВ}_{\text{ур}}$ – кількість невідповідностей у процесі управління ресурсами в аналізованому періоді</p> | $U_{\text{рс}} \rightarrow \min;$ $0 \leq U_{\text{рс}} \leq 1$ |
| 6.6 | Постачальники і партнерство | Якість управління партнерством | $U_{\text{п}} = \frac{\Pi_{\text{нв}}}{\sum \text{НВ}_{\text{ур}}} \cdot 100 \%,$ <p>де $U_{\text{п}}$ – вага невідповідностей у процесі постачальники і партнерство; $\Pi_{\text{нв}}$ – кількість невідповідностей у процесі постачальники і партнерство в аналізованому періоді; $\sum \text{НВ}_{\text{ур}}$ – кількість невідповідностей у процесі управління ресурсами в аналізованому періоді</p> | $U_{\text{п}} \rightarrow \min;$ $0 \leq U_{\text{п}} \leq 1$ |
| 6.7 | Природні ресурси | Якість управління природними ресурсами | $U_{\text{пр}} = \frac{\text{ПР}_{\text{нв}}}{\sum \text{НВ}_{\text{ур}}} \cdot 100 \%,$ <p>де $U_{\text{пр}}$ – вага невідповідностей у процесі природні ресурси; $\text{ПР}_{\text{нв}}$ – кількість невідповідностей у процесі природні ресурси в аналізованому періоді; $\sum \text{НВ}_{\text{ур}}$ – кількість невідповідностей у процесі управління ресурсами в аналізованому періоді</p> | $U_{\text{пр}} \rightarrow \min;$ $0 \leq U_{\text{пр}} \leq 1$ |

Продовж. табл. 1

| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|--------------------------------------|---|---|--|------------------------------|
| 6.8 | Фінанси | Якість управління фінансами | $Уф = \frac{\Phi_{нв}}{\sum НВ_{ур}} \cdot 100 \%,$ <p>де Уф – вага невідповідностей у процесі фінанси; $\Phi_{нв}$ – кількість невідповідностей у процесі фінанси в аналізованому періоді; $\sum НВ_{ур}$ – кількість невідповідностей у процесі управління ресурсами в аналізованому періоді</p> | Уф → min; 0 ≤ Уф ≤ 1 |
| Процеси менеджменту на основі якості | | | | |
| 5. Відповідальність керівництва | | | | |
| 5.1 | Зобов'язання керівництва | Адаптивність СУЯ | $Аз_{смя} = \frac{З_a}{З_{a-1}},$ <p>де $Аз_{смя}$ – зміни СУЯ; $З_a$ – зміни СУЯ в аналізованому періоді; $З_{a-1}$ – зміни СУЯ в попередньому періоді</p> | $Аз_{смя} \geq 1$ |
| 5.2 | Потреби й очікування зацікавленої сторони | Результативність виявлення змін потреб, очікувань зацікавлених сторін | $Рз = \frac{ПО_{ф}}{ПО_{п}} \cdot 100 \%,$ <p>де Рз – виявлення змін потреб і очікувань зацікавлених сторін; $ПО_{ф}$ – фактично виявлені зміни потреб і очікувань в аналізованому періоді; $ПО_{п}$ – прогнозовані зміни потреб і очікувань в аналізованому періоді</p> | $Рз \geq 1$ $Рз = 100 \%$ |
| 5.3 | Юридичні вимоги | Якість управління юридичними вимогами | $Уюв = \frac{ЮВ_{нв}}{\sum НВ} \cdot 100 \%,$ <p>де Уюв – вага невідповідностей у процесі юридичні вимоги; $ЮВ_{нв}$ – кількість невідповідностей у процесі юридичні вимоги в аналізованому періоді; $\sum НВ$ – загальна кількість невідповідностей об'єкта оцінки в аналізованому періоді</p> | Уюв → min; 0 ≤ Уюв ≤ 1 |

Продовж. табл. 1

| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|-------------------------------------|--|--|--|-----------------------------|
| 5.4 | Політика | Якість управління політикою | $\text{Упол} = \frac{\Pi_{\text{нв}}}{\Sigma \text{НВ}} \cdot 100 \%,$ <p>де Упол – вага невідповідностей у процесі політика; $\Pi_{\text{нв}}$ – кількість невідповідностей по процесу політика в аналізованому періоді; $\Sigma \text{НВ}$ – загальна кількість невідповідностей об'єкта оцінки в аналізованому періоді</p> | Упол → min; 0 ≤ Упол ≤ 1 |
| 5.5 | Планування | Цінність виконання цілей | $\text{Цц} = \frac{\text{Ц}_в}{\text{Ц}_{\text{вст}}} \cdot 100 \%,$ <p>де Цц – виконання цілей; $\text{Ц}_в$ – кількість досягнутих цілей в аналізованому періоді; $\text{Ц}_{\text{вст}}$ – кількість встановлених цілей в аналізованому періоді</p> | Цц ≤ 1; Цц = 100 % |
| 5.6 | Відповідальність, повноваження, інформування | Якість організації СУЯ | $\text{Уорг} = \frac{\text{ВП}_{\text{нв}}}{\Sigma \text{НВ}} \cdot 100 \%,$ <p>де Уорг – вага невідповідностей у процесі відповідальність, повноваження, інформування; $\text{ВП}_{\text{нв}}$ – кількість невідповідностей у процесі відповідальність, повноваження, інформування в аналізованому періоді; $\Sigma \text{НВ}$ – загальна кількість невідповідностей об'єкта оцінки в аналізованому періоді</p> | Уорг → min; 0 ≤ Уорг ≤ 1 |
| 8. Вимірювання, аналіз і поліпшення | | | | |
| 8.2 | Вимірювання і моніторинг | Якість управління вимірюванням і моніторингом роботи системи | $\text{Усис} = \frac{\text{МС}_{\text{нв}}}{\Sigma \text{НВ}} \cdot 100 \%,$ <p>де Усис – вага невідповідностей у процесі вимірювання і моніторингу роботи системи; $\text{МС}_{\text{нв}}$ – кількість невідповідностей у процесі вимірювання і моніторингу роботи системи в аналізованому періоді; $\Sigma \text{НВ}$ – загальна кількість невідповідностей об'єкта оцінки в аналізованому періоді</p> | Усис → min; 0 ≤ Усис ≤ 1 |

Продовж. табл. 1

| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|-----|--------------------------|--|---|--|
| 8.2 | Вимірювання і моніторинг | Цінність внутрішніх аудитів | $Ца = \frac{A_b}{\sum A_n} \cdot 100 \%,$ <p>де Ца – виконання плану внутрішніх аудитів; A_b – кількість проведених аудитів відповідно до плану аудиту в аналізованому періоді; $\sum A_n$ – загальна кількість аудитів, запланованих в аналізованому періоді</p> | $Ца \leq 1;$ $Ца = 100 \%$ |
| | | Ефективність внутрішніх аудитів | $Еа = \frac{\Pi_{кпд}}{B_{кпд}} \cdot 100 \%,$ <p>де Еа – ефективність внутрішніх аудитів; $\Pi_{кпд}$ – прибуток від упровадження корегувальних і попереджувальних дій в аналізованому періоді; $B_{кпд}$ – витрати на впровадження корегувальних і попереджувальних дій в аналізованому періоді</p> | $Еа \geq 1;$ $Еа \rightarrow \max$ |
| | | Якість управління вимірюванням і моніторингом процесів | $Упр = \frac{МП_{нв}}{\sum НВ} \cdot 100 \%,$ <p>де Упр – вага невідповідностей у процесі вимірювання і моніторингу процесів; $МП_{нв}$ – кількість невідповідностей у процесі вимірювання і моніторингу процесів в аналізованому періоді; $\sum НВ$ – загальна кількість невідповідностей об'єкта оцінки в аналізованому періоді</p> | $Упр \rightarrow \min;$ $0 \leq Упр \leq 1$ |
| | | Якість управління вимірюванням і моніторингом продукту і/або послуги | $Упп = \frac{MT_{нв}}{\sum НВ} \cdot 100 \%,$ <p>де Упп – вага невідповідностей у процесі вимірювання і моніторингу продукту і/або послуги; $MT_{нв}$ – кількість невідповідностей у процесі вимірювання і моніторингу продукту і/або послуги в аналізованому періоді; $\sum НВ$ – загальна кількість невідповідностей об'єкта оцінки в аналізованому періоді</p> | $Упп \rightarrow \min;$ $0 \leq Упп \leq 1$ |

Продовж. табл. 1

| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|-----|-----------------------------|--|--|---------------------------|
| 8.2 | Вимірювання і моніторинг | Якість управління вимірюванням задоволеності зацікавлених сторін | $Узс = \frac{МЗ_{нв}}{\sum НВ} \cdot 100 \%,$ <p>де Узс – вага невідповідностей у процесі вимірювання і моніторингу зацікавлених сторін; МЗ_{нв} – кількість невідповідностей у процесі вимірювання і моніторингу зацікавлених сторін в аналізованому періоді; $\sum НВ$ – загальна кількість невідповідностей об'єкта оцінки в аналізованому періоді</p> | Узс → min; 0 ≤ Узс ≤ 1 |
| 8.3 | Невідповідна продукція | Управління невідповідною продукцією (товарами) | $Унв = \frac{НВ_{т}}{\sum P_{т}} \cdot 100 \%,$ <p>де Унв – вага невідповідних товарів в обсязі реалізації; НВ_т – обсяг невідповідних товарів в аналізованому періоді; $\sum P_{т}$ – загальний обсяг товарів, що реалізуються в аналізованому періоді</p> | Унв → min; 0 ≤ Унв ≤ 1 |
| | | Якість управління невідповідностями | $Унв = \frac{НВ_{п}}{\sum НВ} \cdot 100 \%,$ <p>де Унв – рівень невідповідностей, що повторюються; НВ_п – невідповідності, що повторювалися в аналізованому періоді; $\sum НВ$ – загальна кількість невідповідностей об'єкта оцінки в аналізованому періоді</p> | Унв → min; 0 ≤ Унв ≤ 1 |
| 8.4 | Аналіз даних для поліпшення | Якість управління даними для поліпшення | $Удп = \frac{Д_{а}}{Д_{в}} \cdot 100 \%,$ <p>де Удп – вага використовуваних даних для поліпшення; Д_а – обсяг даних, що планувалися для поліпшення в аналізованому періоді; Д_в – дані, що використовувалися для поліпшень в аналізованому періоді</p> | Пд ≥ 1; Пд = 100 % |

Продовж. табл. 1

| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|-----|------------|-------------------------------------|---|-------------------------|
| 8.5 | Поліпшення | Управління коригуючими діями | $Вкд = \frac{КД_c}{\sum КД} \cdot 100 \%,$ <p>де Вкд – виконання коригуючих дій; КД_с – своєчасно виконані коригувальні дії в аналізованому періоді; ΣКД – загальна кількість коригувальних дій в аналізованому періоді</p> | Вкд ≤ 1; Вкд = 100 % |
| | | Управління попереджувальними діями | $Впд = \frac{ПД_c}{\sum ПД} \cdot 100\%,$ <p>де Впд – виконання попереджувальних дій; ПД_с – своєчасно виконані запобіжні дії в аналізованому періоді; ΣПД – загальна кількість запобіжних дій в аналізованому періоді</p> | Впд ≤ 1; Впд = 100 % |
| | | Результативність поліпшення процесу | $Рпп = \frac{П_n}{П_d},$ <p>де Рпп – виконання поліпшення процесу; П_н – оцінка процесу після проведення корегуючих і попереджувальних дій в аналізованому періоді; П_д – оцінка процесу до проведення корегувальних і попереджувальних дій в аналізованому періоді</p> | Рпп ≥ 1; Рпп → max |
| | | Ефективність поліпшення процесу | $Епп = \frac{\Phi_{пр}}{P_b} \cdot 100 \%,$ <p>де Епп – ефективність поліпшення процесу; Φ_{пр} – фактично отриманий прибуток за результатами поліпшень в аналізованому періоді; Р_в – витрачені ресурси на поліпшення процесу в аналізованому періоді</p> | Епп ≥ 1; Епп → max |

Суб'єкти господарювання повинні впровадити результативний і ефективний контроль змін, аби зміни процесів були корисними для підприємства і задовольняли потреби й очікування зацікавлених осіб. Зміни необхідно визначати, реєструвати, оцінювати,

аналізувати та контролювати з метою дослідження їх впливу на інші процеси та запити зацікавлених осіб. Застосування запропонованої системи показників не потребує надмірної інформації, що переважує систему управління якістю, а зосереджено переважно

на фіксуванні записів про невідповідності по кожному процесу.

Фундаментальні дослідження сутності та обґрунтування структури побудови системи управління бізнес-процесами значно поліпшать фінансово-господарські результати діяльності підприємств в умовах жорсткої конкуренції. Тому доцільно подальші дослідження спрямувати на проектування оптимальних бізнес-процесів й організаційної структури, які створюють можливості для реалізації стратегічних цілей підприємств.

ЛІТЕРАТУРА

1. Системи управління якістю. Вимоги : ДСТУ ISO 9001-2001. – Київ : Держстандарт України, 2001. – 23 с.

Systemy upravlinnia yakistiu. Vymohy : DSTU ISO 9001-2001. – Kyiv : Derzhstandart Ukrainy, 2001. – 23 s.
2. Системи управління якістю. Настанови щодо поліпшення діяльності : ДСТУ ISO 9004-2001. – Київ : Держстандарт України, 2001. – 44 с.

Systemy upravlinnia yakistiu. Nastanovy shchodo polipshennia diialnosti : DSTU ISO 9004-2001. – Kyiv : Derzhstandart Ukrainy, 2001. – 44 s.
3. Елиферов В. Г. Бизнес-процессы: Регламентация и управление / В. Г. Елиферов, В. В. Репин. – Москва : ИНФРА-М, 2005. – 319 с.

Eliferov V. G. Biznes-protsessy: Reglamentatsiya i upravleniye / V. G. Eliferov. V. V. Repin. – Moskva : INFRA-M, 2005. – 319 s.
4. Командровська В. Є. Бізнес-процеси підприємства: сутність та методи вдосконалення / В. Є. Командровська, О. Ю. Морозенко // Проблеми підвищення ефективності інфраструктури. – 2011. – Вип. 30. – С. 44–48.

Komandrovskaya V. Ye. Biznes-protsesy pidpriemstva: sutnist ta metody vdoskonalennia / V. Ye. Komandrovskaya, O. Yu. Morozenko // Problemy pidvyshchennia efektyvnosti infrastruktury. – 2011. – Vyp. 30. – S. 44–48.
5. Проблеми та перспективи впровадження систем управління якістю, підвищення конкурентоспроможності підприємств споживчої кооперації у зв'язку зі вступом України до Світової організації торгівлі : монографія / Т. А. Костишина, Н. І. Огуй, Н. В. Карпенко, Л. М. Шимановська-Дианич та ін. ; під ред. Т. А. Костишиної. – Полтава : РВЦ ПУСКУ, 2006. – 101 с.

Problemy ta perspektyvy vprovadzhennia system upravlinnia yakistiu, pidvyshchennia konkurentospromozhnosti pidpriemstv spozhyvchoi kooperatsii u zv'iazku zi vstupom Ukrainy do Svitovoi orhanizatsii torhivli : monohrafiia / T. A. Kostyshyna, N. I. Ohui, N. V. Karpenko, L. M. Shymanovska-Dianyich ta in. ; pid red. T. A. Kostyshynoi. – Poltava : RVTs PUSKU, 2006. – 101 s.
6. Рибалко Л. А. Формування структури показників оцінки якості торговельного обслуговування в системі споживчої кооперації / Л. А. Рибалко // Економіка: Проблеми теорії та практики : зб. наук. пр. в 5 т. Вип. 222. – Дніпропетровськ : ДНУ, 2007. – Т. 2. – С. 423–433.

Rybalko L. A. Formuvannia struktury pokaznykiv otsinky yakosti torhovelnogo obsluhovuvannia v systemi spozhyvchoi kooperatsii / L. A. Rybalko // Ekonomika: Problemy teorii ta praktyky : zb. nauk. pr. v 5 t. Vyp. 222. – Dnipropetrovsk : DNU, 2007. – T. 2. – S. 423–433.

Л. М. Шимановская-Дианич, доктор экономических наук (Высшее учебное заведение Укопсоюза «Полтавский университет экономики и торговли»); **И. Г. Ханин**, доктор экономиче-

ских наук (Национальный университет водного хозяйства и природопользования, г. Ровно); **Л. А. Рибалко-Рак**, кандидат экономических наук (Высшее учебное заведение Укоопсоюза «Полтавский университет экономики и торговли»); **Л. Н. Гасюк**, кандидат педагогических наук (Черкасский кооперативный экономико-правовой колледж). **Обеспечивающие процессы системы управления качеством: прикладные основы мониторинга.**

Аннотация. Мониторинг и измерение процессов в системе управления качеством является сложной и важной проблемой, решением которой достигается путем оценки их эффективности, результативности, поддержки в управляемом состоянии. В статье предложена система показателей оценки обеспечивающих процессов системы менеджмента качества.

Ключевые слова: эффективность, процесс, процессный подход, результативность, система управления качеством, управление.

L. Shymanovska-Dianychn, Dc. Econ. Sci. (Poltava University of Economics and Trade); I. Hanin, Dc. Econ. Sci. (National University of Water Management and Nature Resources Use, Rivne); L. Rybalko-Rak, Cand. Econ. Sci. (Poltava University of Economics and Trade); L. Gasiuk, Dc. Pedagog. Sci., (Cherkassy cooperative economicandlegal college). Обеспечительные процессы системы управления качеством: прикладные основы мониторинга.

Summary. Monitoring and measurement of processes of the quality management system is a challenging and important problem whose solution is achieved by assessing their efficiency, effectiveness, support in a controlled state. The paper proposes a system of indicators to measure providing quality management system processes.

Keywords: efficiency, process, process approach, effectiveness, quality management system, management.

ВИЗНАЧЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ТОВАРНОЇ ПОЛІТИКИ В ПОЗИЦІОНУВАННІ МАРКЕТИНГОВОЇ СТРАТЕГІЇ КОМПЛЕКСНИХ ІННОВАЦІЙ АВІАЦІЙНОЇ ГАЛУЗІ УКРАЇНИ

О. В. КОВАЛЕНКО, кандидат економічних наук
(Національний авіаційний університет, м. Київ)

***Анотація.** У статті розкрито інтеграційну стратегію в маркетингу розвитку та реалізації ринкових інновацій якостей маркетингу авіаційних товарів і маркетингу авіаційних послуг, що забезпечується концепцією повноцінного позиціонування та зумовлює формування в результаті розвитку та реалізації інновацій комплексної маркетингової пропозиції інноваційної цінності авіаційного ринку, означає і необхідність формування при розробці та реалізації маркетингової стратегії комплексних інновацій ряду спеціальних стратегій. В першу чергу це сервіс, питання, яке лежить у площині узгоджень між кожним зі стратегічних елементів маркетингової стратегії комплексних інновацій і пов'язаний із вибором стратегії сервісу, а саме з розробкою інновацій в організації конкретної сервісної стратегії позиціонування інновації з питань сервісу й управління життєвим циклом інновації шляхом розвитку їх сервісного супроводу. Визначена концепція повноцінного позиціонування дозволяє авіаційній галузі України більш ефективно досягати запланованих результатів, що зумовлено доповненням уявлень про принципи формування товарного портфеля.*

***Ключові слова:** стратегія маркетингу, авіаційні товари і послуги, інновації.*

Інтеграція в маркетинг розвитку та реалізації ринкових інновацій якості маркетингу авіа-товарів і маркетингу авіапослуг, що забезпечується концепцією повноцінного позиціонування та зумовлює формування внаслідок розвитку та реалізації інновацій комплексної маркетингової пропозиції інноваційної цінності авіаринку, означає і необхідність формування в процесі розробки та реалізації маркетингової стратегії комплексних інновацій низки спеціальних стратегій. Зокрема це сервіс, питання, яке лежить у площині узгоджень між кожним зі стратегічних елементів маркетингової стратегії комплексних інновацій і пов'язаний із вибором стратегії сервісу, а саме з розробкою інновацій в організації конкретної сервісної стратегії позиціонування інновації із сервісу й управління життєвим циклом інновації через розвиток їх сервісного супроводу.

Отже, основною вимогою маркетингу розвитку та реалізації ринкових інновацій

до формування авіатоварної політики в ході реалізації стратегії позиціонування інновацій у маркетинговій стратегії комплексних інновацій є повноцінність їх позиціонування, яку неможливо досягти однією тільки авіатоварною політикою, тому необхідно їх узгодити з іншими елементами комплексу маркетингу.

Товарна пропозиція авіаційної галузі України, що здійснює маркетинг розвитку та реалізує ринкові інновації, може бути гнучкою і негнучкою, залежно від особливостей авіаринкової інновації, архітектури їх авіабренда, позиціонування і особливостей, визначених авіаринками і авіаційною галуззю України [2, 4, 8]. У тому числі це і питання стратегії авіаційної галузі України у сфері побудови авіатовару – прагнення до стандартизації або до індивідуалізації товарного портфеля і моделей представлення інновації на авіаринок [3, 7, 10, 11].

При гнучкій товарній пропозиції авіа-послуги, що супроводжують авіаринкові інновації (чи самі інновації у вигляді авіа-послуг), можуть диференціюватися за різними критеріями, наприклад, за принципом первинності пропозиції, за часом і за типом авіапослуг (комерційні, технічні, інтегровані) [1, 5, 6, 8, 9].

Метою статті є визначення ефективності товарної політики з позиціонування маркетингової стратегії комплексних інновацій авіаційної галузі України.

Товарну політику з позиціонування маркетингової стратегії комплексних інновацій слід розуміти як політику, що визначає основний матеріальний і нематеріальний зміст маркетингової пропозиції інноваційної цінності авіаринку. При цьому, в деяких випадках, маркетингом розвитку та реалізації ринкових інновацій передбачено побудову інноваційного товарного портфеля, що включає певний набір авіатоварних і цінових ліній. Проте формувати інноваційний портфель, наприклад, для венчурних підприємств, що створюються тільки для одного проекту розвитку, та реалізовувати інновації не обов'язково. Для останніх формування інноваційного товарного портфеля може бути пов'язане або зі зміною стратегічних цілей, обумовлених вибором із дилеми Sale or Use, або у випадках, коли авіатехнологія, що ініціювала створення інновацій-авіатоварів (вбудована інновація) є комерціалізованою інновацією.

Концепція повноцінного позиціонування дозволяє авіаційній галузі України досягати запланованих результатів із більшою ефективністю, що зумовлено доповненням уявлень про принципи формування товарного портфеля. Частина з цих «доповнень» утворюється за рахунок «опцій авіабренда», а інша, в основі якої лежить саме концепція повноцінного позиціонування, зобов'язує авіаційну галузь України, що здійснює маркетинг розвитку та реалізації ринкових інновацій, спиратися в процесі побудови товарної політики на «піраміду авіабрендингу» (рис. 1). Суть «піраміди» полягає в тому, що в ході комплексної маркетингової стратегії інноваційного розвитку авіаційної галузі

України авіаринкова інновація повинна поетапно наповнюватися ринковим сенсом і ціннісним змістом. «Вінцем» маркетингової стратегії комплексних інновацій у такому разі стане повноцінна (і цілісна) пропозиція цінності авіаринку – утворення авіабренда, як угоди про цю цінність між авіаційною галуззю України й авіаринком (і зовнішнім середовищем).

Логіка піраміди авіабрендингу побудована на двох аспектах. Перший полягає в тому, що вона відбиває синтез (інтеграцію) декількох домінуючих концепцій авіатовару в маркетингу, а другий – у тому, що традиційні параметри, що визначають складові авіатовару у процесі розробки та реалізації маркетингової стратегії комплексних інновацій, доповнюються:

- по-перше, розвитком концепції повноцінного позиціонування (на основі технології авіабрендингу), лояльністю, корпоративною соціальною відповідальністю, що дозволяє встановлювати довірчі стосунки з партнерами, громадськістю, державою;

- по-друге, мультистратегічним підходом, обумовленим роботою з кожною з цільових аудиторій;

- по-третє, «цілісністю» – пропозиції інноваційної цінності авіаринку, що полягають у необхідності супроводу авіатовару комплексом додаткових авіапослуг;

- по-четверте, вимогою до гнучкості позиціонування авіаринкової інновації і адаптування її до ринкових умов, що досягаються за рахунок управління їх життєвим циклом.

Отже, перший рівень «піраміди авіабрендингу» (рис. 1) пов'язаний із розробкою концепції «авіаринкової інновації» (доринковий етап маркетингової стратегії комплексних інновацій) і формулювання завдань (ідентифікація, цінності), які вона, покликана виконувати. Другий рівень характеризує формуванням авіаринкової інновації в реальному виконанні, коли вона матеріалізується в певних промислових зразках і стає об'єктом пробного маркетингу, а третій рівень варто вивести на авіаринок інновацій, брендинг яких не здійснювався (конкретні інновації, що не є цілісною пропозицією інновації авіаринку).

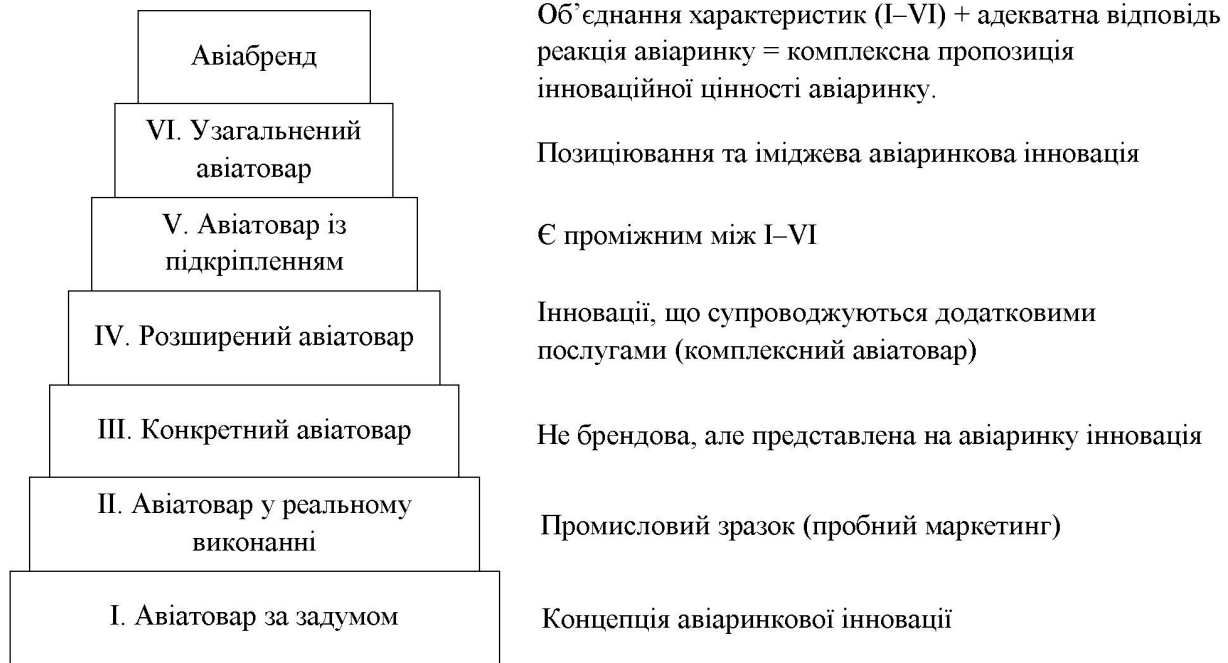


Рис. 1. Піраміда авіабрендингу: формування комплексної маркетингової пропозиції інноваційної цінності авіаринку

На четвертому і п'ятому рівнях розробляється комплекс додаткових авіапослуг і додаткових авіатоварів. На шостому рівні досягаються угоди між суб'єктами авіаринку інновацій і іншими контактними аудиторіями, на ньому інновація вже є цілісною пропозицією інноваційної цінності авіаринку.

Досягнення VI рівня обумовлене формуванням цілісної авіаринкової інновації, що позиціонується, може бути здійснено тільки за умови розвитку багатосторонніх маркетингових комунікацій.

Другим елементом системи мультистратегічного підходу є (традиційно) цінова політика. У цьому контексті в першу чергу необхідно відмітити, що формування цінової політики з маркетингу розвитку та реалізації ринкових інновацій має специфічні якості, що створюють труднощі для визначення ціни на інновації (особливо для інноваційної авіатехнології). По-перше, дуже складно кількісно виміряти та врахувати транзакційні витрати як з розробки, так і зі споживання інновацій. По-друге, з огляду на ризиковий характер маркетингової стратегії комплексних інновацій і невизначеність її результатів необхідно оцінювати корисність інновації тільки після

їх технологічної (і споживчої) адаптації і випуску з їх допомогою авіатоварів (чи споживання), якщо ця інновація призначена для авіаринку, і реакції споживачів. По-третє, існує і проблема невідповідності витрат, що виникають на етапах розробки та споживання інновацій. По-четверте, інновація може виступати супутнім чинником, включеним до складу інших авіатоварів, що ще більше ускладнює процес визначення ціни, особливо, якщо вона створена неспеціалізованим економічним агентом. По-п'яте, авіаринкові інновації – інноваційні авіатехнології не завжди спочатку призначаються для виводу на авіаринок (хоча в перспективі це не виключено). По-шосте, через ризик ринкової рутинізації інновацій може значно знизитися ціна на них, хоча й існують певні методи протидії цьому явищу.

Згідно з інституціональною теорією розвиток і реалізація інновацій, формування ціни на них – це передусім результат інституціоналізації угод між агентами авіаринку, окреслений транзакційними витратами, що встановлюють «верхні» й «нижні» межі цін продавців і покупців. Так, верхня межа ціни продавця визначається повноцінністю позиціонування інновацій, їх унікальністю,

трансакційними витратами розвитку та реалізації інновацій, умовами передачі й альтернативними витратами на створення, а також прогнозною оцінкою її ефективності. Нижня межа ціни покупця описується витратами на розвиток і реалізацію інновацій, а також її власною прогнозною оцінкою її ефективності. Верхня межа ціни покупця обмежується його відмовою від придбання інновації, через наявні у нього альтернативи й унаслідок перевищення ціни продавця над витратами й інституціональними ризиками, пов'язаними з порушенням прав інтелектуальної власності продавця. Нижня межа ціни обмежується вірогідністю придбання цієї інновації конкурентами покупця, а також його упущеної вигоди, обумовленої відстроченням ухвалення рішення про придбання.

Інтереси, інститути, мотиви, компетенції і цінності визначають і межу ціни, рівноважну ціну на нього, так само як і інноваційні мотиви суб'єктів авіаринку.

Суб'єктно-об'єктні угоди визначають механізм утворення ціни на концептуальному рівні та закладають основи для їх формування при маркетинговій стратегії комплексних інновацій. З огляду на це слід виокремити основні етапи процесу ціноутворення на інновації:

1. Постановка цілей і завдань ціноутворення.

2. Оцінка:

1) цільового авіаринку;

2) міри новизни;

3) потенційного попиту на інновації та похідного попиту;

4) можливості міжринкового та міжгалузевого трансферту інновацій;

5) витрат розвитку та реалізації інновацій, включаючи всі етапи і види стратегій;

6) глибину та кількість «розривів» у ланцюжках цінностей, генерованих інноваціями й ефективністю функціонування «нових ланцюжків цінностей (для моделі АБ);

7) можливості формування «галузових стандартів» і отримання «кластерних ефектів»;

8) потенціалу розвитку авіаринку;

9) інституціональної підготовленості авіаринку;

10) розміру прибутку і їх «зон» і трансакційних витрат;

11) альтернатив щодо дилем Make or Buy і Sale or Use;

12) міри унікальності інновацій і їх здатності задовольняти ту або ту потребу, а також етап їх життєвого циклу як «авіатовару за задумом»;

13) споживчої поведінки на авіаринку на основі концепції MCM;

14) розвитку та реалізації інновацій для потенційних покупців;

15) кількості необхідних цінових ліній;

16) можливості удосконалення інновацій і розвитку партнерських стосунків із покупцями;

17) значення авіабрендингу для споживачів на цьому авіаринку;

3. Вибір методу ціноутворення.

4. Формування ціни виходу на авіаринок.

5. Планування цінової політики при управлінні життєвим циклом (на ринковому та партнерському етапах).

Цілі авіаційної галузі України, що розробляє і реалізовує маркетингову стратегію комплексних інновацій, зазвичай, засновані на отриманні доходу від розвитку та реалізації інновацій, а у їх споживачів – на оптимізації трансакційних витрат. Хоча цілі диверсифікованих авіатехнологічних компаній, таких як Boeing і Airbus, а також світової авіагалузі, що просувають на авіаринок «підтримувальні» інновації, можуть полягати у збереженні досягнутих результатів і партнерських стосунків, закріпленні існуючого положення на авіаринку, підтримці сприятливого іміджу, завоюванні лідерства за показниками якості авіатовару тощо.

Незважаючи на достатні можливості для гнучкої цінової політики, вибір методів ціноутворення при реалізації маркетингової стратегії комплексних інновацій звужується. Так, неефективними слід вважати прогресивні методи встановлення ціни, а провідними, навпаки, – методи, орієнтовані на ціннісну значущість; зворотне ціноутворення, засновані на кривій освоєння; тендерний (для моделі Е); конкурентного ціноутворення, засновані на аналізі беззбитковості, а також метод

$$T(n) = kn^{1-\lambda}, \quad (1)$$

де $T(n)$ – загальний час, необхідний для послідовного авіавиробництва n одиниць авіапродукції (інноваційна авіатехнологія);

k – час, необхідний для авіавиробництва першої одиниці інновації;

n – кількість виготовлених одиниць авіатоварів;

λ – коефіцієнт навчання $0 \leq \lambda \leq 1$ [10].

Слід зазначити, якщо інновацію розробляє спеціалізований на маркетингу розвитку та реалізації інновацій підрозділ авіаційної галузі України на замовлення споживача, то цінові стратегії можуть визначатися контрактними методами.

Загалом, характер угод у ході реалізації маркетингової стратегії комплексних інновацій може бути різним. Наприклад, можливі спеціальні види угод – франчайзинг, факторинг, форфейтинг, а в деяких випадках (залежно від специфіки інновацій і суб'єктів розвитку та реалізації інновацій) продавцям інновацій може бути потрібне додаткове оформлення зустрічних і компенсаційних угод.

Дуже важливо, щоб вживана при розробці і реалізації стратегії позиціонування інновацій маркетингової стратегії комплексних інновацій цінова політика була активною, що визначає і можливі цінові стратегії, якими можуть стати:

1. Стратегія «зняття вершків». Вона застосовується для, брендovаних інновацій, особливо при високій мірі новизни (моделі А, В і D) або коли вони виводяться на нові ринки (наприклад, трансформації $E \rightarrow F$ і $E \rightarrow F, C \rightarrow D$), включаючи їх контекстні і субконтекстні моделі.

2. Стратегія «прориву», яка використовується при трансформації $F \rightarrow E$, якщо досі ця операція не здійснювалася або при досить високому рівні поширення інновації.

3. Стратегія цін, що відображає репутацію авіаційної галузі України характерна для спеціалізованих на маркетингу розвитку та реалізації інновацій у підрозділах авіаційної галузі України, що мають серйозний інноваційно-технологічний імідж на авіаринку (авіазавод «АНТОНОВ», аеропорт «Бориспіль» та ін.).

Залежно від моделі позиціонування, можуть застосовуватися також і стратегії «заманюючого ціноутворення», «пакетного ціноутворення»; «йти за лідером», «диференційованих цін» (для різних авіаринків, наприклад, для E – пільгові, а для F – дискримінаційні), «єдиних», конкурентних і таке інше, а при міжринковому трансфері або диверсифікації (трансформації $E \rightarrow F$ (і $E \rightarrow F$)) – стратегія «цілових цін», які можуть мати різний характер прояву. У авіапромисловому маркетингу розроблено низку моделей, що дозволяють встановити ціни на торгах.

Саме тому пропонуємо на авіаринках авіапродукції застосовувати політику гнучких цін. Вимога гнучкості на них обумовлена тим, що авіаринкові ніші досить часто порушуються. У той же час автор відмічає, що «як б не була ціна, рано чи пізно, настає момент насичення авіаринку, коли авіавиробник вже не продає створену авіапродукцію, а мовчки милується нею». Таким чином, застосовуючи політику високих цін, авіаційна галузь України «стикається з фактом насичення авіаринку, причому при високих цінах насичення настає раніше, при, низьких – дещо пізніше». У зв'язку з цим пропонуємо використовувати політику гнучких цін, засновану, на такому: по-перше, навіть скидаючи ціну, авіаційна галузь України повинна залишати за собою право їх підвищення, за умов виникнення такої необхідності; по-друге, слід диференціювати ціни на різних локальних авіаринках.

Додатково слід ще підкреслити і те, що існує низка специфічних рис цінової політики, коли держава віддає комерціалізовану розробку інновації авіабізнесу або залучає його до процесу розвитку та реалізації інновацій – угода може здійснюватися у вигляді субсидії або приватно-державного партнерства.

Наступним елементом комплексу маркетингу, що формує повноцінність позиціонування маркетингу розвитку та реалізації ринкових інновацій, виступає політика руху авіатовару. Для досягнення повноти позиціонування, при побудові цієї політики важливо:

- по-перше, виходити з того, що рух авіатовару є комунікаційним процесом;

- по-друге, враховувати попит і орієнтувати реалізацію політики руху авіатовару на розвиток ланцюгів цінностей;

- по-третє, розвивати партнерські стосунки, оскільки процес руху авіатовару не закінчується актом продажу на партнерському етапі розвитку та реалізації інновацій (на усіх типах авіаринках) здійснюється розробка, впровадження інновацій, їх обслуговування і поглинання, а також маркетинг стосунків і маркетинг відгуку (реакція на нього з боку попиту і ланцюгів цінностей споживача);

- по-четверте, враховувати те, що у більшості випадків рух авіатовару при розвитку та реалізації інновацій обумовлений одиничними угодами, а, отже, значення партнерського етапу зростає, так само як і значного розвитку отримує контрактна форма продажу, як за заздалегідь обумовленими контрактами, (контекст А), по контрактах, укладених на доринковому і ринковому етапах маркетингової стратегії комплексних інновацій;

- по-п'яте, у ряді випадків продаж інновацій для їх розробника (продавця) за домовленістю з покупцем, а також у випадках ліцензійної торгівлі обмежується разовими актами збуту. Крім того, у тих випадках, коли споживач згоден сплатити недоотриманий прибуток від зростання продажів, в обмін на ексклюзивне володіння цією інновацією. Цей випадок, можливий і в контексті А (за замовленням) і в контексті В.

Ці аспекти необхідно враховувати для досягнення мети маркетингової стратегії комплексних інновацій – повноцінного позиціонування при визначенні політики руху авіатовару і формування їх каналів.

Представлений – тип каналу 1 (1) характерний для усіх моделей, окрім контекстів і субконтекстів С і Е. В цілому застосування прямого маркетингу з використанням висококваліфікованих торгових агентів є досить популярною формою організації збуту у багатьох підрозділах авіаційної галузі України, спеціалізованих на розвитку та реалізації інновацій.

Тип каналу 1(2) характерний для усіх моделей, але у ряді випадків може не поєднуватися з контекстами і субконтекстами D и F. Для

будь-якої моделі підходять типи каналів 2 і 3. Тип каналу 4 більшою мірою реалізується з контекстами і субконтекстами D і характерний для Hardware Hi-tech підрозділів авіаційної галузі України.

Аналогічний 3-й, 5-й канал, який найчастіше використовується авіавиробниками інтелектуальних технологій і Aviasoftware. Взагалі включення в учасники ланцюгів цінностей торгових посередників в організації руху авіатовару з маркетингу розвитку та реалізації ринкових інновацій не завжди доцільно. До їх послуг слід прибігати тільки, в чотирьох випадках: коли ця інновація стала галузевим стандартом; якщо є складнощі проникнення на окремі галузеві авіаринки; за умови наявності дуже високої кваліфікації посередників (великі інжинірингові, консалтингові підрозділи авіаційної галузі України), а також, якщо використання горизонтальних каналів руху авіатовару є доцільним.

При системі франчайзингу авіавиробник (франчайзер) безкоштовно надає збутовій франчайзі право використання його маркетингових ноу-хау, а також інших необхідних для збуту авіатехнологій. Хоча франчайзи і залишаються самостійними підрозділами авіаційної галузі України, вони зобов'язуються наслідувати загальну маркетингову концепцію франчайзера, створювати і підтримувати єдиний імідж. Тільки для контексту AD2 характерний 6-й тип каналу.

Особливе місце в політиці руху авіатовару при розробці і реалізації стратегії позиціонування інновацій в маркетинговій стратегії комплексних інновацій слід приділяти горизонтальним типам каналів у формі створення збутових і експортних співтовариств, одностороннього підключення до збуту або експорту іншого підрозділу авіаційної галузі України і взаємного підключення до експорту, а також електронних способів організації руху авіатовару, наприклад, за допомогою розвитку спот-угод, модулів, що укладаються на постачання компонентів і вузлів, он-лайн аукціони.

У деяких випадках рух авіатовару може завадати передачі маркетинг розвитку та реалізації ринкових інновацій на аутосорсинг не лише географічним, але і функціональним

посередникам. Так, багато спеціалізованих на розвитку та реалізації інновацій підприємств знаходяться в середовищі, в якому навколо їх інновацій створюється низка інших підприємств, які пропонують авіаринку додаткові послуги з освоєння базової (спочатку розвитку та реалізація інновацій) інновації. Крім того, велике значення необхідно приділяти управлінню ланцюгами постачань.

Особливе місце в русі авіатовару займає ліцензійна торгівля. Крім того, повноцінність позиціонування у сфері формування політики руху авіатовару досягається за умов обліку моделей споживчої поведінки, а особливо з урахуванням двох основних моделей (і їх алгоритмів) споживчої поведінки – активної і пасивної, а також через розвиток партнерських стосунків з центрами закупівель і продажів, у тих випадках, коли авіаринкова інновація орієнтована на авіаринок.

Важливо відмітити, що на партнерському етапі розвитку та реалізації інновацій слід розділяти три ситуації купівлі – повторна купівля без змін, повторна купівля зі змінами і купівля для вирішення нових проблем. В той же час, якщо інновацію починають отримувати агенти, що конкурують між собою, це означатиме зниження надприбутку для першого з них, а для продавця це ж означатиме, або формування галузевого стандарту, або ринкову рутинізацію інновації. Це вимагає коригування політики руху авіатовару: у першому випадку авіаційній галузі України необхідно зосередитися на зміцненні своїх позицій в цьому сегменті, розвитку партнерських стосунків і диференціацію авіапослуг для кожного споживача, а у другому – усе залежить від виду ринкової рутинізації. Якщо це – дифузійна рутинізація, коли авіаційна галузь України – продавець (розробник) залишається технологічним лідером, то їх головною метою в управлінні її життєвим циклом є досягнення галузевого стандарту. У разі паритетної рутинізації, потрібні інновації в управлінні життєвим циклом, а у разі преференційної рутинізації – потрібна зміна первинної маркетингової стратегії комплексних інновацій або розробка його модифікацій, у їх позиціонуванні і в управлінні життєвим циклом.

Якщо подальші акти закупівлі здійснюють учасники ланцюга цінностей споживачів, то це означає, не лише міжгалузевий трансферт інновації, але і досягнення авіаційною галуззю України-продавцем (розробником) інновації «мережевого ефекту», що обумовлюється диверсифікацією партнерських стосунків і розробкою інновацій у позиціонуванні.

Четвертий елемент позиціонування інновацій – це комунікаційна політика, саме в ній конкретизується мультистратегічний підхід через реалізацію комунікаційного міксу.

Одним з перших завдань при побудові комунікаційної політики є формування схеми маркетингових комунікацій, яка повинна враховувати способи кодування, форми комунікаційних повідомлень, розробляти канали комунікацій, вивчати системи декодування повідомлень одержувачами, а також ідентифікувати всі можливі фільтри і перешкоди. Другим завданням є вибір стратегії просування інновації, реалізація якої залежить від таких чинників:

1. Тип авіаринку.
2. Способи просування, що діють на цьому авіаринку.
3. Призначення інновації.
4. Аудит існуючих інновацій на авіаринку.
5. Норма прибутку, діюча на авіаринку.
6. Форми організації авіабізнесу.
7. Модель конкуренції: інтенсивність, форми; кількість конкурентів і їх якісний склад.
8. Необхідні інвестиції для адаптації авіапродукції.
9. Специфіка і тривалість упровадження інновації (ІАТ).
10. Форми організації збуту і руху авіатовару на цьому авіаринку.
11. Специфіка авіаринку аналогічних інновацій у сегменті; ступінь впровадження новинок; конкуруючі інновації; бар'єри для входу на авіаринок; фірмовий склад авіаційної галузі України, що виробляють аналогічну авіапродукцію; лояльність споживачів до інновацій; розмір авіаринку і можливості його розширення; можливості для вдосконалення інновацій; міра задоволеності існуючими товарами; форми організації комплексу маркетингу інновацій іншими авіаційними галузями; швид-

кість зростання сегменту авіаринку; наявність і сила авіабрендів.

12. Специфіка інновації.

13. Міра лояльності споживачів і їх постійність.

14. Можливості формуванні партнерських стосунків із споживачами і ланцюгами їх цінностей, а також утворення «галузевих стандартів» і отримання «кластерних ефектів».

Залежно від цих чинників і визначаються одна із стратегій або їх комбінації: стратегія «протискування» («Push Strategy») – спрямована на канали руху авіатовару і стратегія «витягування» («Pull Strategy») – орієнтована на кінцевого споживача. Вибираючи між цими стратегіями при просуванні інновацій необхідно, у першу чергу, враховувати, що цей вибір застосовний тільки для споживчих авіатоварів (модель F).

Рішенням цих завдань не обмежується формування комунікаційної політики, головна частина якої розгортається на стратегічному рівні, визначається реалізацією мультистратегічного підходу.

Мультистратегічне позиціонування здійснюється на основі авіабрендінгових технологій із розробки та реалізації стратегії позиціонування у маркетинговій стратегії комплексних інновацій. Вище були виділені чотири основні стратегії:

1) стратегія позиціонування авіабренду; 2) стратегія будівництва авіабренду; 3) стратегія вражень; 4) стратегія лояльності споживачів. Разом ці стратегії утворюють мультистратегію позиціонування, які обґрунтовуються, по-перше, диференціацією типів стратегій, по-друге, диференціацією цільових аудиторій; по-третє, інтеграцією маркетингових стратегій, спрямованих на позиціонування ринкової інновації (у маркетинговій стратегії комплексних інновацій).

Матриця мультистратегічного позиціонування авіаринкових інновацій, згідно якої для кожного з учасників маркетингової стратегії комплексних інновацій (прямого або непрямого) на різних етапах можна створювати спеціальні програми комунікаційного міксу, при цьому для кожної з програм – мікс має включати:

1. Сформулювати завдання.
2. Сформулювати концепцію комунікаційного міксу.
3. Конкретизувати і ідентифікувати кожну з цільових контактних аудиторій.
4. Сформулювати бюджет позиціонування.
5. Визначити способи реалізації заходів і посередників (у випадку якщо буде задіяна пряма реклама).
6. Визначити методи оцінки ефективності заходів.

Отже, мультистратегічне позиціонування, представлене як завершуючий етап побудови системи позиціонування, хоча і розкривається у рамках комунікаційної політики, не є способом рішення операційних завдань збуту. Сенса мультистратегічного позиціонування авіаринкових інновацій ілюструє відразу декілька найважливіших аспектів. По-перше, мультистратегічне позиціонування дозволяє переміщати процес розробки авіаринкових інновацій на верхні щаблі піраміди авіабрендінгу, а це означає те, що саме тут формується цілісна пропозиція цінності авіаринку, що відповідає і принципам матриці авіабрендінгу. По-друге, мультистратегії дозволяють досягати цілей розвитку та реалізації інновацій. По-третє, вони конкретизують повноцінність позиціонування інновацій при розробці та реалізації маркетингової стратегії комплексних інновацій і диференціює заходи маркетингу розвитку та реалізації ринкових інновацій по їх просуванню відносно різних авіаринків, дозволяє знижувати ризики і невизначеність, створює умови не лише для зменшення трансакційних витрат, пов'язаних із розвитком і реалізацією інновацій, але і для розвитку партнерських стосунків із споживачами і загалом підвищує ефективність маркетингової стратегії комплексних інновацій.

ЛІТЕРАТУРА

1. Аакер Д. Стратегічне ринкове управління / Д. Аакер ; [пер. з англ. за ред. Ю. Н. Каптуревського]. – Львів : Світ історії, 2003. – 544 с.

- Aaker D. *Stratehichne rynkove upravlinnia / D. Aaker ; [per. z anhl. za red. Iu. N. Kap-turevskoho].* – Lviv : Svit istorii, 2003. – 544 s.
2. Бузько І. Р. Стратегічне управління інвестиціями та інноваційна діяльність підприємства : монографія / І. Р. Бузько, О. В. Вартанова, Г. О. Голубенко. – Луганськ : Вид-во СНУ ім. В. Даля, 2002. – 176 с.
- Buzko I. R. *Stratehichne upravlinnia investytsiinykh ta innovatsiina diialnist pidpriemstva : monohrafiia / I. R. Buzko, O. V. Vartanova, H. O. Holubenko.* – Luhansk : Vyd-vo SNU im. V. Dalia, 2002. – 176 s.
3. Інноваційна стратегія українських реформ / А. С. Гальчинський, В. М. Геєць, А. К. Кінах, В. П. Семиноженко – Київ : Знання України 2002. – 336 с.
- Innovatsiina stratehiia ukrainskykh reform / A. S. Halchynskiy, V. M. Heiets, A. K. Kinakh, V. P. Semynozhenko – Kyiv : Znannia Ukrainy 2002. – 336 s.
4. Демків Я. В. Маркетингові стратегії на високотехнологічних ринках / Я. В. Демків // Вісник Національного університету «Львівська політехніка». – 2010. – № 669. Серія: Логістика. – С. 171–180.
- Demkiv Ia. V. *Marketynhovi stratehii na vysokotekhnologichnykh rynkakh / Ia. V. Demkiv // Visnyk Natsionalnoho universytetu «Lvivska politehnika».* – 2010. – № 669. Seriya: Lohistyka. – S. 171–180.
5. Каракай Ю. В. Маркетинг інноваційних товарів : монографія / Каракай Ю. В. – Київ : КНЕУ, 2005. – 226 с.
- Karakai Iu. V. *Marketynh innovatsiinykh tovariv : monohrafiia / Karakai Iu. V.* – Kyiv : KNEU, 2005. – 226 s.
6. Котлубай М. І. Финансовый механизм транспортного комплекса Украины / Котлубай М. І., Парубец Е. Н. // Труды ИКТП-центр. – 2001. – Вып. 9–10. – С. 43–52.
- Kotlubay M. I. *Finansovyy mekhanizm transportnogo kompleksa Ukrainy / Kotlubay M. I., Parubets E. N. // Trudy IKTP-tsentr.* – 2001. – Vyp. 9–10. – S. 43–52.
7. Нили Энди. Призма эффективности: Карта сбалансированных показателей для измерения успеха в бизнесе и управления им : [пер. с англ.] / Нили Энди, Адамс Крис, Кеннерли Майк. – Днепропетровск : Баланс-Клуб, 2003. – 400 с.
- Nili Endi. *Prizma effektivnosti: Karta sbalansirovannykh pokazateley dlya izmereniya uspekha v biznese i upravleniya im : [per. s angl.] / Nili Endi, Adams Kris. Kennerli Mayk.* – Dnepropetrovsk : Balans-Klub, 2003. – 400 s.
8. Полонець В. Реалізація маркетингових стратегій : проблемні зони та шляхи їх подолання / В. Полонець // Маркетинг в Україні. – 2008. – № 4 (50). – С. 7–11.
- Polonets V. *Realizatsiia marketynhovykh stratehii : problemni zony ta shliakhy yikh podolannia / V. Polonets // Marketynh v Ukraini.* – 2008. – № 4 (50). – S. 7–11.
9. Стратегическая гибкость : [пер. с англ.] / Г. Хэмел, К. Прахалад, Г. Томас, Д. О'Нил. – Санкт-Петербург : Питер, 2005. – 384 с.
- Strategicheskaya gibkost : [per. s angl.] / G. Khemel, K. Prakhalaad, G. Tomas, D. O'Nil. – Sankt-Peterburg : Piter. 2005. – 384 s.
10. Oswald A. J. *Mascarenhas. Business Transformation Strategies: The Strategic Leader as Innovation Manager (Response Books) / Oswald A. J. – [s. l.] : Sage Publications Pvt. Ltd, 2011. – 668 p.*
11. Michael J. Leiblein. *Technology Strategy and Innovation Management / Michael J. Leiblein, Arvids A. Ziedonis. – [s. l.] : Edward Elgar Pub., 2011. – 592 p. – (Strategic Management Series).*

О. В. Коваленко, кандидат экономических наук (Национальный авиационный университет, г. Киев). **Определение эффективности товарной политики в позиционировании маркетинговой стратегии комплексных инноваций авиационной отрасли Украины.**

Аннотация. В статье раскрыта интеграционная стратегия в маркетинге развития и реализации рыночных инноваций качества маркетинга авиационных товаров и маркетинга авиационных услуг, обеспечивается концепцией полноценного позиционирования и обуславливает формирование в результате развития и реализации инноваций комплексной маркетинговой инновационной ценности авиационного рынка, означает и необходимость формирования при разработке и реализации маркетинговой стратегии комплексных инноваций ряда специальных стратегий. В первую очередь это сервис, вопрос, который относится к области согласований между каждым из стратегических элементов маркетинговой стратегии комплексных инноваций и связан с выбором стратегии сервиса, а именно с разработкой инноваций в организации конкретной сервисной стратегии позиционирования инновации по сервису и управлению жизненным циклом инновации путем развития их сервисного сопровождения. Определена концепция полноценного позиционирования, что позволяет авиационной отрасли Украины достигать запланированных результатов с большей эффективностью, что обусловлено дополнением представлений о принципах формирования товарного портфеля.

Ключевые слова: стратегия маркетинга, авиационные товары и услуги, инновации.

O. Kovalenko, Cand. Econ. Sci. (National Aviation University, Kyiv). **Determination of efficiency of merchantability positioning policy strategy marketing innovation complex of Ukraine aviation.**

Summary. The article deals with integration strategy in marketing the development and implementation of market innovation air quality marketing products and marketing of air services, provided proper positioning concept and causes the formation by the development and implementation of integrated marketing innovation offers innovative aviation market value, meaning and necessity of the development and formation implementation of integrated marketing strategy a number of special innovation strategies. First of all this – the service, the question of which relates to agreements between each of the strategic elements of marketing strategy and integrated innovation strategy associated with the choice of service, namely, the development of innovations in specific service positioning strategies for innovation and service management life cycle of innovation by developing service support. The concepts for proper positioning, allowing the aviation industry Ukraine achieve planned results more effectively, due to the addition of ideas about principles of formation of commodity portfolio.

Keywords: marketing strategy, aviation products and services, innovation.

РАЗВИТИЕ НОВЫХ ФОРМ КООПЕРАЦИИ В АПК АЗЕРБАЙДЖАНА В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ

АЛЕКБЕРОВ Р. Э. оглы

(Азербайджанский университет кооперации)

Аннотация. Целью исследования является выявление перспективных направлений кооперации сельскохозяйственных предприятий и обслуживающих организаций, крестьянских (семейных) хозяйств и индивидуальных предпринимателей в различных отраслях АПК Азербайджанской Республики, а также разработка организационных механизмов, предложений и практических рекомендаций по их реализации.

Основные положения и результаты выражаются в совокупности рациональных направлений сельскохозяйственных и обслуживающих организаций, крестьянских (семейных) хозяйств и индивидуальных предпринимателей в различных отраслях АПК, соблюдение которых обеспечивает наиболее долгосрочное и эффективное сотрудничество хозяйствующих субъектов. Механизмы создания и развития кооперационных систем сельскохозяйственных предприятий, крестьянских (семейных) хозяйств и индивидуальных предпринимателей способствует получению дополнительного экономического эффекта каждым из партнеров.

Опыт хозяйств «Чол Бешдали» и «Ахысха» Сабирабадского района позволяет повысить качество технологического процесса и продукции, увеличить размеры оборотных средств, снизить издержки производства, расширить рынок сбыта углубить производственные связи города и села в направлении удовлетворения потребностей населения Республики, что является важным резервом подъема аграрной экономики Азербайджана.

Ключевые слова: кооперация, формы, уровни, проблемы развития, зарубежный опыт.

Современную систему кооперации необходимо развивать. Это связано с результатами реформ в сельском хозяйстве и в других отраслях экономики Азербайджанской Республики, с изменениями социально-экономического преобразования, правовыми экономическими и финансовыми условиями функционирования, осуществлением перехода от административной планово-распределительной к рыночно ориентированной экономике.

Отдельные проблемы развития кооперативных форм предпринимательства в аграрном секторе экономики отражены в работах И. Ибрагимова [1, с. 20–25], Т. Г. Храмцовой [12, с. 4, 6, 8; 13, с. 135], Л. В. Реуновой [10, с. 1–4], И. Сухановой, И. Глебова [11, с. 16–21], М. А. Махкамовой [9, с. 37–38], М. С. Халикова [14]. В публикации Т. Г. Гиловой [5, с. 125] показан экономический по-

тенциал кооперативных форм предпринимательства в аграрном секторе экономики, С. Шуткова [15, с. 64, 65] зависимость кооперации от государственной аграрной политики, форм и методов социально-экономических преобразований. Такие ученые, как В. В. Кузьменко, Е. Н. Ефименко, Е. С. Зубенко [8, с. 48] рассмотрели проблемы развития кооперации в сельском хозяйстве. Представлен неэквивалентный обмен между сельским хозяйством и промышленностью. Описан ценовой механизм, включающий гарантированные цены, залоговые цены, рыночные цены.

Целью статьи является выработка мер по созданию и функционированию новых субъектов хозяйствования, коренному изменению производственно-экономических, трудовых отношений, ускорению процессов формирования на селе реальных собственников.

Преимущества кооператива как организационно-правовой формы юридических лиц известны как в мире, так и в нашей стране. О том, что кооперативы играют важную роль в экономиках многих государств в различных аспектах (экономическом, социальном, экологическом и др.) и эта роль не ослабевает, а, наоборот, усиливается в условиях рыночной экономики, было заявлено еще в 1992 г. на 47-й сессии Экономического и Социального совета Генеральной Ассамблеи ООН, его Генеральным секретарем [7, с. 252].

Кооперация в сельском хозяйстве Азербайджана на рубеже 90-х гг. имела довольно значительное распространение.

В это время кооперирование в сельскохозяйственном производстве в республике осуществлялось как правило жителями села, крестьянскими (семейными) хозяйствами, организовывались самостоятельные кооперативы, не редко на собственной или арендуемой земле со своими или арендуемыми средствами производства. Такие кооперативы сбывали произведенную сельскохозяйственную продукцию как по договору с предприятиями и организациями, так и на рынке. Затем в производственные кооперативы преобразовывались структурные подразделения колхозов и совхозов. Эти кооперативы стали основой многоступенчатой кооперативной структуры коллективных хозяйств, которые превратились в кооперативы кооперативов.

В 1996 г. особенности создания и деятельности сельскохозяйственных кооперативов были прописаны в Законе Азербайджанской Республики «О кооперации», определившем правосубъектность производственных и потребительских кооперативов и ее дальнейшее развитие [2].

Позже утверждены другие нормативные и правовые документы по реформированию сельского хозяйства.

В 2002 г. принята Государственная Программа по развитию малого и среднего предпринимательства в Азербайджанской Республике на период до 2005 г., в 2004 г. – Государственная Программа социально-экономического развития регионов Азербайджанской Республики на период до 2008 г., в

2008 г. – Государственная Программа о надежном обеспечении населения продовольствием в Азербайджанском Республик до 2015 г. [3]. В плане мероприятий предусмотрено увеличение объемов производства и повышение товарности продукции в личных подсобных и крестьянских (семейных) хозяйствах, объединение мелких сельхозтоваропроизводителей в кооперативы для совместного производства, переработки и реализации сельскохозяйственной продукции, развитие кооперативного сектора как части многоукладной аграрной экономики, повышение его роли в стабилизации агропромышленного производства и защита экономических интересов сельскохозяйственных товаропроизводителей, формирование кооперативной инфраструктуры производственного обеспечения и технологического обслуживания сельскохозяйственных товаропроизводителей при переработке и реализации сельскохозяйственной продукции.

В дальнейшем процессы и формы кооперирования постоянно развивались и видоизменялись. Институциональные преобразования в аграрном секторе за последние 20 лет ограничили трансформацией государственной и колхозной собственности в частную, как правило, путем раздела фондов и аренды земель. В таких условиях 867 тыс. семей получили земельные паи. Из общего количества земель 80 % их сосредоточено в руках малых и средних предприятий. В результате чего образовался довольно широкий спектр форм хозяйствования [1, с. 20–25].

К 2000 г. в агропромышленном комплексе Азербайджана функционировало 2653 сельскохозяйственных предприятий, из них 408 государственных предприятий, 8 колхозов, 250 сельскохозяйственных кооперативов, созданных главным образом на основе реформирования хозяйств других организационно-правовых форм. На кооперативных принципах действовало 1993 приватизированных предприятий и 3248 индивидуальных предпринимателей без образования юридического лица по совместной обработке земли и использованию сельскохозяйственной техники, которая позволяла концентрировать ресурсы, экономнее их использовать.

В настоящее время в Республике действует 1337 сельскохозяйственных предприятий, 238 государственных производственных предприятий по сельскому хозяйству; 72 сельскохозяйственных производственных кооперативов; 2857 индивидуальных предпринимательских, научно-исследовательских, учебных производственных и иных хозяйственных форм [4, с. 67].

За последние годы прослеживается постепенное снижение количества кооперативов и их эффективности. Показатели в кооперативах намного отстают от среднереспубликанских. Продуктивность скотоводства, урожайность, растениеводство, производительность труда в сельском хозяйстве, научно-технический уровень производства, а главное – плодородие почв остается низким.

Этому также способствовала утрата в 2003 г. силы закона «О кооперации» в Азербайджанской Республике, ослабивший интерес к созданию кооперативов.

Правовая база в частности, действующий Гражданский кодекс, в соответствии с которым в АПК Азербайджана могут организовываться кооперативы двух форм – сельскохозяйственные производственные и потребительские не принесли ощутимых изменений.

Медленные темпы развития крестьянских (семейных) хозяйств в кооперативных формированиях вызваны отсутствием материально-денежной базы для их формирования как формы соответствующей тенденции углубления производственных связей города и села в направлении удовлетворения потребностей конкретного индивидуального потребителя в продукции, производимой в малых количествах и поставляемой в установленный срок, малой доли земли на пайщика (0,5–2 га). Структура производства в крестьянских (семейных) хозяйствах говорит об их приспособлении не к потребности партнерам по связям, а к собственным возможностям [1].

Исследования показывают, что, несмотря на широкий спектр форм хозяйствования, мелкотоварное частное хозяйство расширяется на базе ручного труда и «дедовских» технологий.

Хозяйства из-за роста цен на энергоресурсы, технику и удобрения, монополизм пере-

рабатывающих предприятий и коммерческих банков были убыточными.

Массовая передача земель колхозов и совхозов крестьянским хозяйствам в долгосрочное пользование с правом наследования не дала гарантии успешного развития кооперации.

Функционирование аграрного производства осуществлялось в особо экономических условиях. Диспаритет цен, трудности со сбытом продукции, вызванные снижением покупательной способности потребителей, так и не развитостью рыночной инфраструктуры села, обусловили ослабление во многих хозяйствах материально-технической базы сельского хозяйства. Как следствие в некоторых из них произошло сокращение производства сельскохозяйственной продукции, уменьшение объемов её реализации, ухудшение финансовых показателей.

Сохраняется проблема взаимоотношений сельского хозяйства с другими отраслями. Более быстрый рост цен на приобретаемую сельскохозяйственную технику и услуги в сравнении с ценами на реализуемую сельскохозяйственную продукцию тормозит инновацию в сельскохозяйственной отрасли. Рост цен на промышленную продукцию влечёт за собой увеличение материальных затрат производства продукции сельского хозяйства, и, следовательно, его удорожания.

О нарушении паритета цен и эквивалентности обмена аграрного сектора с другими отраслями, что наиболее негативно влияет на развитие АПК, говорят многое.

Особенно большой урон диспаритет цен наносит животноводству.

За последние годы цены на продукцию животноводства повышались значительно медленнее, чем на материально-технические ресурсы и транспортные тарифы, что способствовало ухудшению финансового состояния отрасли.

Опережающий рост цен на промышленные ресурсы не позволяет накопить в сельском хозяйстве средства не только для восстановления и обновления фондов, но также и для своевременного приобретения оборотных средств.

Кроме этих причин, существуют ещё ряд таких, как инфляция, несовершенство налоговой

политики, отсутствие эффективной финансово-кредитной политики.

Несовершенство законодательной базы, регулирующей процессы горизонтальной и вертикальной кооперации; слабая государственная, муниципальная и общественная поддержка кооперативного движения, противодействие созданию подлентных кооперативных структур со стороны посредников и структур, действующих в сфере агробизнеса, являются главными причинами слабого развития кооперации в сельском хозяйстве.

Если в растениеводстве, особенно в производстве зерновых и технических культур, преобладают кооперативные формы хозяйствования и сохраняются государственные хозяйства, то в животноводстве, овощеводстве и плодоводстве господствует частный сектор. По итогам 2013 г. на долю населения и фермерских хозяйств приходилось более 90 % производства продукции сельского хозяйства.

Деятельность кооперативов должна отвечать таким общим принципам организации производства, как планомерность, комплексность, сбалансированность (прежде всего в отношении пропорции ресурсов – земли, капитала, рабочей силы), ограничение разнообразия. Однако реальные процессы развития кооперативного сектора экономики сталкиваются с серьёзными трудностями. Тогда как в высокоразвитых странах кооперация развита довольно сильно.

В странах Европейского Экономического Сообщества более половины всей производимой сельскохозяйственной продукции реализуются через кооперативы. В Дании, Финляндии, Швеции, Норвегии 80–90 % мясомолочной продукции производится силами кооперативов.

Сельскохозяйственная кооперация занимает значительное место и в агропромышленном комплексе Израиля. Это государство испытывает недостаток природных ресурсов, особенно воды и пахотных земель (из 21 тыс. км² общей площади страны пахотные составляют всего около 20 %) (в Азербайджане соответственно 86,6 тыс км² и 20,6 %). Однако благодаря интенсивной системе агропромышленного производства сельское хозяй-

ство здесь – высокодоходная отрасль (сельскохозяйственный экспорт Израиля ежегодно превышает 1,4 млрд долл. США). 79 % сельскохозяйственного производства сосредоточено здесь в двух типах кооперативных образований. Первый это объединения ферм, принадлежащих отдельным семьям, в которых организованы общие экономические и социальные службы, и второй тип-группы фермеров совместно сбывающих продукцию и закупающих средства производства.

Зарубежный опыт говорит о том, что развитие кооперации на разных уровнях и в различных формах является важным резервом подъема аграрной экономики Азербайджана. Она нацеливает к расширению кооперации в сфере производства, закупок, переработки и сбыта продукции, материально-технического снабжения и обслуживания, кредитования и страхования.

Особенно это важно при рыночных отношениях [8, с. 48]. Так как рынок может закабалить сельхозтоваропроизводителя не менее любого монополиста, если им овладеют посреднические и коммерческие структуры. Ведь известно, что сегодня товаропроизводителя обирают не только посредством необоснованных цен и налогов. Свою лепту в это вносят коммерческие банки с высокими процентами, торговцы и различные посредники, переработчики, ремонтники, поставщики техники и запасных частей, топлива и оборудования. Большинство из них рекламируют свою приверженность интересам села, а фактически все они преследуют только свои цели.

В этой ситуации очень важно, чтобы сельхозтоваропроизводители имели возможность сами, без посредников реализовывать свою продукцию массовому потребителю, предварительно переработав ее, и закупать необходимые средства производства без спекулятивных наценок. В многоукладной экономике создается больше объективных предпосылок для развития кооперативных структур по причине того, что производственные кооперативы наравне с другими организационно-правовыми формами создаются на уровне сельскохозяйственных предприятий, то есть развивается горизонтальная сеть кооперативов. Кроме того, ши-

роко распространенные вертикальные связи между хозяйствующими субъектами по отраслевому и территориальному признакам, как правило реализуются в виде кооперативных формирований [9, с. 37–38].

Следовательно, ареал распространения кооперативных структур в условиях рынка может расширяться как по горизонтали, так и по вертикали. АПК, то есть кооперация, является связующим звеном хозяйствующих субъектов, обуславливающая эффективное их функционирование при рыночных отношениях.

На путях радикальной реформы, изучив зарубежный опыт, в сельской местности «Чол-Бешдали» в Сабирабадском районе образовали сельскохозяйственный производственный кооператив из числа 100 семей. Здесь проведён посев хлопка на площади 200 га и зерновых – 150 (что для условий Азербайджана считается достижением). За счёт прибыли намечается в будущем году довести площади этих посевов до 700 га. Ещё мощнее такой кооператив создан сельчанами «Ахысха».

Создавая на добровольной основе для осуществления совместных целей путём объединения усилий, ресурсов и вооружений, эта кооперация, обособленным имуществом, может сыграть существенную роль в осуществлении товарообмена между городом и деревней, промышленностью и сельским хозяйством, быть эффективной в решении проблем производства, переработки, сбыта и снабжения. С другой стороны, следует учесть, что кооперация – основа социального развития сельских территорий.

Будучи юридическими лицами и субъектами рыночной экономики, кооперативы осуществляют предпринимательскую деятельность, ориентированы на удовлетворение материальных и духовных потребностей своих членов, в идеале ими управляются и ими же контролируются. Самобытность кооперативов обнаруживает себя и в том, что в регулировании их экономической и социальной деятельности важная роль принадлежит нравственным ценностям и принципам кооперации. Наиболее существенное значение для отнесения всех кооперативов к особому кооперативному сектору имеет служащая им

экономическим базисом кооперативная форма собственности. В первую очередь она как ключевая категория позволяет отграничить кооперативный сектор от остальных укладов национальной экономики. Это отечественное кооперативное движение даёт примеры исключительной предприимчивости, практической смётки и редкой способности народа к свободной организации своей хозяйственной жизни, начиная с устройства.

Необходимо развивать процессы и формы кооперирования путём интеграции различных сфер АПК.

Механизм взаимоотношений интегрированного формирования нацеливает всех учредителей на получение эффективных конечных результатов. Главным элементом в регулировании взаимоотношении партнёров является вклад каждого в общий результат.

Входящие в состав кооператива на договорной основе в качестве участников предприятия сохраняют свою самостоятельность и права юридического лица.

Для развития интегрированного кооператива предполагается централизация части прибыли, полученной в рамках совместной деятельности партнёров по кооперации, путём её отчисления (без учёта фактической прибыли предприятий-участников) по единому нормативу. Часть централизованных средств может направляться на создание резервного фонда, чтобы иметь средства для непредвиденных расходов.

Рассмотренная модель вертикальной интеграции позволяет более детально планировать производство, иметь гарантированный объём поставок сырья, загруженность мощностей переработки, иметь гарантированный рынок сбыта, контролировать процессы производства, переработки и реализации, оперативно принимать управленческие решения, что позволяет получить максимум прибыли при политике расширенного воспроизводства.

Аналогичные кооперативные формирования могут создаваться во всех отраслях АПК на стыке интересов сельских товаропроизводителей и других предприятий и организаций с учётом конкретных природно-экономических условий.

По нашему мнению, в качестве основной интегрирующей структуры может выступать предприятие с его крепкой производственно-торговой базой и возможностями выхода на городские рынки.

Другим из перспективных направлений наращивания производства продукции является развитие новых производственных отношений.

Становление новых производственных отношений в АПК должно базироваться на развитии кооперации для совместной обработки земли, ведения животноводства и выполнения этих работ, снабжения и сбыту по переработке сельскохозяйственной продукции.

Нужна коперация, как на микро-, так и на макроэкономическом уровне.

Здесь современные кооператоры различают тесно связанные между собой кооперативные нравственные ценности (самопомощь, демократия, равенство, справедливость, солидарность) и кооперативные принципы (добровольное и открытое членство; демократический контроль; экономическое участие членов; самоуправление и независимость; образование, повышение квалификации, информация; сотрудничество между кооперативами; забота об обществе).

Ведь история кооперации разворачивается как часть всеобщей истории. В своих недрах кооперация постепенно накапливает количественные и качественные изменения.

Как известно, совокупность множеств первичных кооперативов, а их в разных странах свыше ста, взятая вместе с их союзами, центрами, учреждениями, и образуют кооперацию. Вместе с тем кооперацию нельзя сводить к простой арифметической сумме кооперативных организаций. Кооперация представляет собой такое целое, которое больше суммы своих частей. Дело в том, что добровольное объединение, совместная согласованная работа в экономической сфере, взаимопомощь и солидарность внутри кооперации создает новую массовую силу, развивает дополнительный полезный эффект. В таком смысле примером может стать партнёрство фирмы любой страны. Для этого необхо-

димо анализировать свой опыт, побывать в зарубежных странах – там, где кооперативы развиты. Хотя и механизмы деятельности кооперативов там очень жёсткие, но полезные. Есть чему учиться. Да, экономика должна быть такой.

В своё время, красивые, со знанием дела оформленные витрины ярко освещённых магазинов, на полках которых широкий выбор высококачественной продукции, появились в Баку из Венгрии. «Азеркоопвнешторг» Азериттифака вместе с венгерским кооперативным предприятием «Текер» на договорных началах создали совместные предприятия [6].

Ими монтированы мощные современные холодильные камеры на пищевых предприятиях и базах Азериттифака. Этой фирмой совместным предприятиям поставлялись новейшие технологические оборудования, оказывались услуги в подготовке специалистов. Азербайджанский республиканский потребсоюз обеспечивал совместные предприятия необходимым объемом сырья. В столице Венгрии открыт ресторан.

Формирование и успех в работе сельскохозяйственной кооперации в решающей степени зависит от государственной аграрной политики, форм и методов социально-экономических преобразований, специализации и концентрации производства, мер по защите отечественного товаропроизводителя от внешнего рынка.

А. В. Чаянов отмечал, что «кооперация и государство» – это вода и огонь, но если их согласовать, то из воды и огня получится паровая машина, способная сделать огромную работу» [15, с. 65].

Как было отмечено выше, правовая база, в частности нормативный документ Гражданский кодекс Азербайджанской Республики, ещё не позволяет в полной мере решить проблемы развития кооперативного движения, как целостной модели хозяйствования. Необходимо разработать основные стороны эффективной государственной политики, охватывающей все стороны развития кооперации, как по горизонтали, так и

по вертикали, обеспечивающей её комплексное развитие, совершенствование межотраслевых отношений, предусматривающей должную экономическую поддержку аграрной сферы. Таким документом может стать новый закон «О сельскохозяйственной кооперации».

Таким образом кооперация позволяет наращивать производство, успешно конкурировать с монополией перерабатывающих и торговых предприятий, объединяя усилия крупного и мелкого сельскохозяйственного производства. Она также может сыграть важную роль в достижении достойного места Азербайджана в мировой аграрной экономике с присущей ей конкуренцией, борьбой за доверие субъектов хозяйственной деятельности.

На современном этапе аграрных преобразований, в отличие от мелкотоварного частного хозяйства, функционирующего на базе ручного труда и «дедовских» технологиях, необходимо на добровольной основе, путем объединения усилий, ресурсов и вооружений подобно опыту «Чол Бешдали» и «Ахысха» Сабирабадского района создавать новые укрупненные формы кооперации по совместной обработке земли, ведению животноводства и выполнения этих работ, снабжения и сбыту по переработке сельскохозяйственной продукции.

Это форма кооперации является важным резервом подъема аграрной экономики Азербайджана.

Ареал распространения кооперативных структур в условиях рынка могут быть расширены как по горизонтали, так и по вертикали. Она нацеливает на расширение кооперации в сфере производства, закупок, переработки, и сбыта продукции, материально-технического снабжения и обслуживания, кредитования и страхования. При этом стратегической целью каждого из них должно стать формирование наиболее целесообразной модели. Результаты этого исследования могут быть использованы в дальнейших научных разработках по обоснованию перспектив развития сельскохозяйственной кооперации и в практической деятельности кооперативов.

ЛИТЕРАТУРА

1. İbrahimov İ. Kənd təsərrüfatı istehsalı kooperativlərinin yaradılmasının mövcud vəziyyəti və stimullaşdırılması istiqamətləri / İbrahimov İ. // Kooperasiya elmi-nəzəri jurnal. – 2011. – № 01 (23). – S. 20–25.
2. 2008–2015–c i illərdə Azərbaycan Respublikasında əhalinin ərzaq məhsulları ilə etibarlı təminatına dair Dövlət Proqramı. – Bakı, 2008.
3. The Agriculture of Azerbaijan. Statistical yearbook. State Statistical Committee of the Republic of Azerbaijan. – Baku, 2014. – С. 67.
4. Гилина Т. Г. Экономический потенциал кооперативных форм предпринимательства в аграрном секторе экономики : дисс. ... к. э. н. / Гилина Т. Г. – Таганрог, 2003. – С. 125.
Gilina T. G. Ekonomicheskiy potentsial kooperativnykh form predprinimatelstva v agrarnom sektore ekonomiki : diss. ... k. e. n. / Gilina T. G. – Taganrog, 2003. – S. 125.
5. Гаджиев З. ДЕКА – банк начинает и... На путях радикальной реформы / Гаджиев З. // Бак рабочий. – 1989. – № 21 (21446).
Gadzhiev Z. DEKA – bank nachinayet i... Na putyakh radikalnoy reformy / Gadzhiev Z. // Bak rabochiy. – 1989. – № 21 (21446).
6. Махкамова М. А. Формирование и развитие новых форм кооперации в АПК Узбекистана / Махкамова М. А. // Достижение науки и техники АПК. – 2002. – № 9. – С. 37–38.
Makhkamova M. A. Formirovaniye i razvitiye novykh form kooperatsiiv APK Uzbekistana / Makhkamova M. A. // Dostizheniye nauki i tekhniki APK. – 2002. – № 9. – S. 37–38.

7. Суханова И. Формы и уровни кооперации в АПК России и других государств СНГ / Суханова И., Глебов И. // АПК: Экономика, управление. – 1998. – № 11. – С. 16–21.
- Sukhanova I. Formy i urovny kooperatsii v APK Rossii i drugikh gosudarstv SNG / Sukhanova I., Glebov I. // АПК: Экономика, управление. – 1998. – № 11. – С. 16–21.
8. Храмова Т. Г. Социальная миссия кооперативной модели хозяйствования / Храмова Т. Г. – Новосибирск : СибУПК, 2002. – С. 4, 6, 8, 13.
- Khramtsova T. G. Sotsialnaya missiya kooperativnoy modeli khozyaystvovaniya / Khramtsova T. G. – Novosibirsk : SibUPK, 2002. – S. 4, 6, 8, 13.
9. Храмова Т. Г. Методология исследования социально-экономического потенциала потребительской кооперации : дис. ... д-ра экон. наук / Храмова Т. Г. – Новосибирск, 2002. – С. 135.
- Khramtsova T. G. Metodologiya issledovaniya sotsialno-ekonomicheskogo potentsiala potrebitelskoy kooperatsii : dis. ... d-ra ekon. nauk / Khramtsova T. G. – Novosibirsk, 2002. – S. 135.
10. Халикова М. С. Экономическая социология региона : учебник / Халикова М. С. – Москва : Академический Проект : Альма Матер. 2011. – 144 с.
- Khalikova M. S. Ekonomicheskaya sotsiologiya regiona : uchebnik / Khalikova M. S. – Moskva : Akademicheskiy Proyekt : Alma Mater. 2011. – 144 s.
11. Щутьков С. Сельскохозяйственная кооперация: состояние и пути развития. АПК: экономика, управление / Щутьков С. – 2008. – № 01 – С. 64–65.
- Shchutkov S. Selskokhozyaystvennaya kooperatsiya: sostoyaniye i puti razvitiya. APK: ekonomika, upravleniye / Shchutkov S. – 2008. – № 01 – S. 64–65.

Алекберов Р. Е. огли (Азербайджанський університет кооперації). **Розвиток нових форм кооперації в АПК Азербайджану в сучасних умовах.**

Анотація. Метою дослідження є виявлення перспективних напрямів кооперації сільськогосподарських підприємств і обслуговуючих організацій, селянських (сімейних) господарств та індивідуальних підприємців у різних галузях АПК Азербайджанської Республіки, а також розробка організаційних механізмів, пропозицій і практичних рекомендацій щодо їх реалізації.

Основні положення і результати виражаються в сукупності раціональних напрямів сільськогосподарських і обслуговуючих організацій, селянських (сімейних) господарств та індивідуальних підприємців у різних галузях АПК, дотримання яких забезпечить найбільш довгострокову й ефективну співпрацю господарюючих суб'єктів. Механізми створення та розвитку коопераційних систем сільськогосподарських підприємств, селянських (сімейних) господарств та індивідуальних підприємців сприяє отриманню додаткового економічного ефекту кожним із партнерів.

Досвід господарств «Чол Бешдалі» і «Ахисха» Сабірабадського району дозволяє підвищити якість технологічного процесу і продукції, збільшити розміри оборотних коштів, знизити витрати виробництва, розширити ринок збуту поглибити виробничі зв'язки міста і села в напрямі задоволення потреб населення Азербайджану, що є важливим резервом підйому аграрної економіки країни.

Ключові слова: кооперація, форми, рівні, проблеми розвитку, зарубіжний досвід.

Alakparov R. oghlu (Azerbaijan Cooperation University). **The development of cooperation new forms in Azerbaijan agro-industrial complex in modern condition.**

Summary. The aim of the study is to identify promising areas of cooperation AGRICULTURAL businesses and service organizations, peasant (family) farms and individual entrepreneurs in various

sectors of agribusiness Republic of Azerbaijan and the development of institutional arrangements, suggestions and practical recommendations for their implementation.

Fundamentals and results are expressed as rational to the combined areas of agricultural and service organizations, peasant (family) farms and individual entrepreneurs in various branches of AIC, compliance with which will provide the most long-term and effective cooperation economic entities. Mechanisms for the creation and development of cooperative systems of agricultural enterprises, peasant (family) farms and individual entrepreneurs contributes to obtaining the additional economic benefit of each partner.

Experience farms "Chol Beshdali" and "Ahyskha" Sabirabad, allows to improve the quality of the process and products, increase the size of the working capital, reduce production costs, expand markets deepen production linkages towns and villages in the direction of satisfaction podrebnostey of the Republic, which is an important reserve of rise agrarian economy of Azerbaijan.

Keywords: cooperation, forms, levels, problems of development, foreign experience.

РОЛЬ УПРАВЛІНСЬКОГО ПЕРСОНАЛУ В ЗАБЕЗПЕЧЕННІ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ СПОЖИВЧОЇ КООПЕРАЦІЇ УКРАЇНИ

Л. Г. ВОЙНАШ

(Департамент кадрової політики, освіти і науки, м. Київ)

Анотація. У статті визначено притаманні сучасній перехідній економіці стилі управління, особистісні якості, функції керівника. Визначено стратегічні цілі управлінського персоналу в контексті забезпечення конкурентоспроможності підприємств споживчої кооперації України.

Ключові слова: управлінський персонал, стиль управління, особистісні якості керівника, функції керівника, конкурентоспроможність підприємства.

Сучасна економіка характеризується низкою певних чинників, що впливають на діяльність підприємств України. Серед них необхідно визначити у першу чергу суттєву роль людського фактора в ефективності діяльності підприємства, тому що завдяки професіоналізму, ставленню до праці формується конкурентоспроможність підприємства, галузі, системи споживчої кооперації.

Побудова соціально орієнтованої ринкової економіки в Україні суттєво залежить від управлінського персоналу, який завдяки своїм професійним якостям стає підґрунтям для конкурентоспроможного розвитку підприємств.

В Україні різні аспекти управлінського персоналу досліджували О. Ю. Амосов, О. І. Амосша, В. В. Апопій, М. Ю. Барна, О. А. Грішнова, В. М. Данюк, Л. М. Діанич-Шимановська, Г. А. Дмитренко, Є. П. Качан, А. М. Колот, Т. А. Костишина, І. С. Кравченко, І. Л. Петрова та ін.

Метою статті є визначення ролі управлінського персоналу у забезпеченні конкурентоспроможності підприємств споживчої кооперації в сучасних умовах.

Періоду перебудови та реформування економіки притаманний партисипативний стиль управління, сутність якого полягає у максимальній самостійності всіх ланцюгів верти-

кальної і горизонтальної структур управління майже до кожного працівника; підвищення ступеня їх відповідальності; підхід до працівника як до особистості, що самореалізується в процесі праці.

При партисипативному стилі управління стає можливим перехід до творчої інтелектуальної праці, коли людина виходить із безпосереднього процесу виробництва, роль її як придатка машин відходить у минуле, а на перше місце висувається не праця у звичайному розумінні, а діяльність із реалізації знань і здібностей особистості.

У період економічних перетворень рівень розвитку держави прямо залежить від вкладень у соціальну сферу. Мова йде про науку, освіту, культуру, охорону здоров'я й інші пов'язані з ними сфери. Той, хто вкладає засоби саме в досягнення цих цілей, дивиться в майбутнє [1, с. 5].

Ефективність реалізації якості діяльності в соціальному аспекті залежить від ефективності систем управління як на державному, так і на мікрорівні.

Українські вчені визначають, що при партисипативному стилі управління працею необхідно всіляко заохочувати самостійність із метою розкриття творчого потенціалу людини.

З цією метою в управлінні персоналом необхідно приділяти більше уваги спонукальним чинникам, які засновані на психологічному підході. Згідно з ним бажання реалізувати свої знання й майстерність, гордість за свою працю самі по собі є діючими стимулами. Але їх необхідно зміцнювати «м'якими» заходами – формувати у співробітників почуття переможців; напівм'які – розвивати груповий принцип організації праці, розрахований на бажання кожного бути не гіршим за інших, та жорсткими заходами – системою щорічних атестацій, які впливають на розмір заробітної плати та службове просування [2, с. 57].

Також дієвим елементом партисипативного або демократичного стилю управління є підхід до фірми як живого організму, де інтереси людини, повага до неї лежать у основі культури компанії, а орієнтація на людину є основним принципом управління. При цьому працівники мають і загальний матеріальний інтерес, який виражається в гарантії зайнятості, підвищенні оплати праці, участі працівників у капіталі компанії.

Отже, управління персоналом є стрижнем загального процесу управління на рівні загальнодержавному та на рівні підприємств, бо формує стратегічну модель поведінки працівника, яка включає в себе механізми досягнення комплексних результатів праці, соціальної поведінки в колективі, ставлення до праці

та її результатів.

На формування конкурентоспроможності підприємства значно впливає його управлінська стратегія та особистісні якості керівника.

Управління – це процес впливу керівника на діяльність окремого працівника, групи або організації загалом із метою досягнення поставлених цілей у конкретних умовах. Керівником вважається особа, що спрямовує та координує діяльність виконавців, які в обов'язковому порядку повинні йому підпорядковуватися і в межах установлених повноважень виконувати всі його вимоги.

Зміст роботи керівника полягає у тому, щоб впливати на поведінку і дії людей, спрямовуючи та мотивуючи їх на досягнення спільних цілей. Це особливий вид творчої діяльності, і в міру зростання посади вимоги до творчості зростають, тобто сутність роботи керівника полягає в організаційній роботі, а також у спрямуванні діяльності трудового колективу, сприянні розвитку працівників, впливу (у разі необхідності) на їх поведінку, у тому числі й позаслужбову (рис. 1).

Для забезпечення конкурентних переваг підприємства керівник має максимально поєднувати інтереси індивідів, груп зі стратегічною місією підприємства.

Керівник у контексті конкурентоспроможності підприємств споживчої кооперації повинен виконувати такі функції (рис. 1):

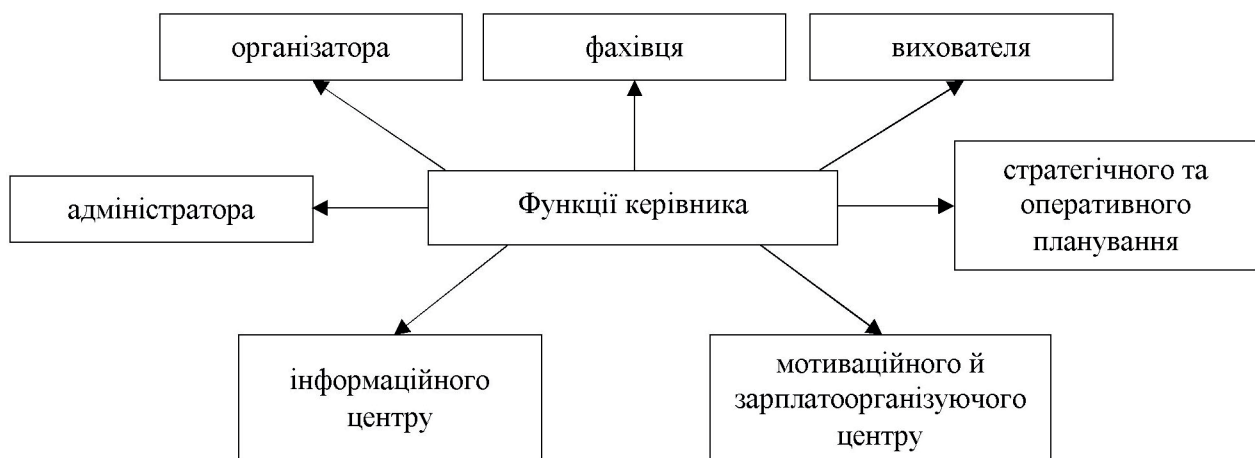


Рис. 1. Функції керівника підприємства в сучасних умовах

Проаналізуємо функції керівника підприємства:

1) адміністратора: керівник використовує свої повноваження для забезпечення функціонування підприємства, розробляючи й реалізуючи кадрову політику, комплектує штати, проводить відбір, навчання, розміщення і переміщення кадрів;

2) організатора: створює умови для ефективної праці, скоординованих дій працівників, зайнятих управлінням і виробництвом. Для цього він повинен чітко розуміти цілі діяльності, вміти визначати найбільш суттєві у цьому періоді завдання, оцінювати передумови, ресурси й методи їх вирішення;

3) фахівця: має бути професійно підготовленим, володіти знаннями і досвідом у конкретній сфері діяльності, оскільки функціями його є доцільна постановка завдань, компетентний аналіз і ефективний контроль за їх виконанням;

4) інформаційного центру: керівник є споживачем, генератором і передавачем інформації. Він приймає інформацію від її розповсюджувачів, експертів і підлеглих, сам є джерелом інформації для зовнішніх організацій і власного персоналу;

5) вихователя: ця функція є особливо важливою, оскільки вона пов'язана з керівництвом людьми і спрямована на розвиток трудового потенціалу кожної особистості та колективу загалом. Важливо, щоб керівник умів впливати не силою наказу, а силою переконання, щоб його рішення відносно результатів діяльності передбачали виховні наслідки [3, с. 200–205].

На нашу думку, керівник має також виконувати функції, які сприяють формуванню ефективного мотиваційного механізму та оплати праці, та забезпечують ефективне стратегічне й оперативне планування конкурентоспроможного розвитку підприємства.

Успішність керівника залежить від рівня управлінської майстерності, досвіду. Є. І. Ходаківський визначає управлінську майстерність за шістьма критеріями: здатність керівника розуміти загальну перспективу організації; уміння обирати найкращий варіант управлінського рішення; уміння правильно

розподіляти роботу та завдання, обирати оптимальну техніку та засоби, передбачувати розвиток ситуації; спроможність виконувати організаційні обов'язки, ефективно діяти в межах виділеного бюджету, компетентно виконувати завдання; здатність безконфліктно взаємодіяти з людьми; координувати інформаційні потоки [4, с. 17].

Особистісні якості керівника в управлінні персоналом для формування конкурентних переваг підприємства можна поділити на психологічні, інтелектуальні, професійні, соціальні (табл. 1).

Розглянемо основні підходи до поняття «конкурентоспроможність».

Частіше за все автори наукових публікацій застосовують термін «конкурентоспроможність» стосовно товару, рідше – стосовно підприємства, але всі вони одностайні у тому, що у широкому значенні конкурентоспроможність означає можливість виграшу у змаганні. У загальному розумінні конкурентоспроможність – це зумовлені економічними, соціальними та політичними чинниками позиції країни або товаровиробника на внутрішніх і зовнішніх ринках. «В умовах відкритої економіки вона може визначатися як здатність країни (фірми) протистояти міжнародній конкуренції на власному ринку і ринках третіх країн», – наголошують Ю. Пахомов, Д. Лук'яненко, Б. Губський [5, с. 17]. В. Петров підкреслює, що конкурентоспроможність – це внутрішня властивість суб'єкта ринкових відносин. Вона проявляється в процесі конкуренції і дозволяє зайняти свою нішу в ринковому господарстві капіталістичного типу з метою розширеного відтворення, що передбачає покриття всіх витрат і отримання прибутку від легальної господарської діяльності [6, с. 4].

Конкурентоспроможність також можна трактувати з позиції продуктивності, як стверджують деякі автори [7]. Так, підприємство, галузь або нація з вищим рівнем продуктивності можуть вважатися більш конкурентоспроможними. В економічному аналізі поняття «конкурентоспроможність» інтерпретується і використовується відносно конкретних об'єктів дослідження; критерії, характеристики і фактори динаміки конкурентоспроможності на кожному рівні до-

Таблиця 1

Загальні особистісні якості керівника*

| Особистісні якості | Сутність якостей |
|--------------------|---|
| Психологічні | Прагнення до лідерства, сильні вольові якості, готовність до розумного ризику, прагнення успіху, честолюбство, здатність брати на себе відповідальність в екстремальних ситуаціях, самодостатність особистості, комбінаторно-прогностичний тип мислення, уміння протистояти стресу, адаптивність |
| Інтелектуальні | Прагнення до постійного самовдосконалення, схильність до сприйняття нових ідей та досягнень, панорамність мислення і професійна предметність, здатність швидко опрацьовувати інформацію, здатність до самоаналізу, уміння розуміти, приймати та використовувати з користю для справи думки, протилежні власним, психологічна освіта |
| Професійні | Уміння ефективно використовувати досягнення науково-технічного прогресу, інформаційні технології, особливості функціонування ринкової економіки, схильність і здатність віднаходити резерви людського чинника в підприємстві, уміння заохочувати персонал за роботу і справедливо критикувати (але не публічно), мистецтво приймати нестандартні управлінські рішення, уміння ефективно та раціонально розподіляти завдання і відводити на них оптимальний час, діловитість, постійний вияв ініціативи, підприємливість |
| Соціальні | Уміння враховувати політичні наслідки рішень, схильність керуватися принципами соціальної справедливості, уміння встановлювати та підтримувати систему стосунків із рівними собі людьми, тактовність і ввічливість, переважання демократичності в стосунках із людьми, уміння брати на себе відповідальність, уміння заохочувати персонал до відвертості та групових дискусій |

Примітка. *Сформовано автором на основі розробок Є. І. Ходаківського, Ю. В. Богоявленської, Т. П. Грабар [4, с. 17–18].

слідження мають свою специфіку. Але в загальному вигляді конкурентоспроможність визначає здатність витримувати конкуренцію у порівнянні з аналогічними об'єктами.

Стратегічні цілі управлінського персоналу в контексті конкурентоспроможності підприємств споживчої кооперації України полягають у такому (рис. 2):



Рис. 2. Стратегічні цілі управлінського персоналу в контексті конкурентоспроможності підприємств споживчої кооперації України

Отже, управлінський персонал має забезпечувати виконання стратегічної місії підприємства, адже від його управлінської стратегії та особистісних характеристик залежать управління персоналом, продуктивність праці працівників, конкурентоспроможність продукції та підприємства загалом.

ЛІТЕРАТУРА

1. Абалкин Л. Назревшие перемены / Л. Абалкин // Вопросы экономики. – 1998. – № 6. – С. 5.
Abalkin L. Nazrevshiye peremeny / L. Abalkin // Voprosy ekonomiki. – 1998. – № 6. – S. 5.
2. Задорожний Г. В. Труд: проблемы управления и оплаты в транзитивной экономике : монография / Г. В. Задорожний, В. В. Карпенко, С. В. Тютюнникова. – Харьков : ХИБМ, 1998. – 178 с.
Zadorozhnyy G. V. Trud: problemy upravleniya i oplaty v tranzitivnoy ekonomike : monografiya / G. V. Zadorozhnyy, V. V. Karpenko, S. V. Tyutyun-nikova. – Kharkov : KhIBM. 1998. – 178 s.
3. Потеряхин А. Л. Психология управления. Основы межличностного общения : [науч-метод. пособие] / А. Л. Потеряхин. – Киев : ВИРА-Р, 1999. – 384 с.
Poteryakhin A. L. Psikhologiya upravleniya. Osnovy mezhlichnostnogo obshcheniya : [nauch-metod. posobiye] / A. L. Poteryakhin. – Kiyev : VIRA-R, 1999. – 384 s.
4. Ходаківський Є. І. Психологія управління : [навч. посіб.] / Є. І. Ходаківський, Ю. В. Богоявленська, Т. П. Грабар. – Київ : ЦУЛ, 2009. – 608 с.
Khodakivskiy Ye. I. Psykholohiia upravlinnia : [navch. posib.] / Ye. I. Khodakivskiy, Yu. V. Bohoiavlenska, T. P. Hrabar. – Kyiv : TsUL, 2009. – 608 s.
5. Пахомов Ю. М. Национальные экономики в глобальном конкурентном середовищі / Ю. М. Пахомов, Д. Г. Лук'яненко, Б. В. Губський. – Київ : Україна, 1997. – 237 с.
Pakhomov Yu. M. Natsionalni ekonomiky v hlobalnomu konkurentnomu seredovyshchi / Yu. M. Pakhomov, D. H. Luk'ianenko, B. V. Hubskeyi. – Kyiv : Ukraina, 1997. – 237 s.
6. Петров В. Конкурентоспособность / В. Петров // Ресурсы, Информация, Снабжение, Конкуренция. – 2009. – № 4. – С. 4.
Petrov V. Konkurentosposobnost / V. Petrov // Resursy, Informatsiya, Snabzheniye, Konkurentsya. – 2009. – № 4. – S. 4.
7. Кузьмін О. Є. Управління міжнародною конкурентоспроможністю підприємства (організації) : [навч. посіб.] / О. Є. Кузьмін, Н. І. Горбаль. – Львів : Вид-во Нац. ун-ту «Львівська політехніка», 2004. – 188 с.
Kuzmin O. Ye. Upravlinnia mizhnarodnoiu konkurentospromozhnistiu pidpriemstva (orhanizatsii) : [navch. posib.] / O. Ye. Kuzmin, N. I. Horbal. – Lviv : Vyd-vo Nats. un-tu «Lvivska politekhnika», 2004. – 188 s.

Л. Г. Войнаш (Департамент кадрової політики, освіти та науки). **Роль управленческого персонала в обеспечении конкурентоспособности предприятий потребительской кооперации Украины.**

Аннотация. В статье определены присущие современной переходной экономике стили управления, личностные качества, функции руководителя. Определены стратегические цели управленческого персонала в контексте обеспечения конкурентоспособности предприятий потребительской кооперации Украины.

Ключевые слова: управленческий персонал, стиль управления, личностные качества руководителя, функции руководителя, конкурентоспособность предприятия.

L. Voinash (*Department personnel policies, education and science, Kyiv*). **The role of management personnel to ensure the competitiveness of consumer cooperatives enterprises in Ukraine.**

Summary. *In the article the transitional economy characterized modern management style, personal qualities, functions manager. The strategic objectives of management personnel in the context of competitiveness of enterprises of consumer cooperation of Ukraine.*

Keywords: *management, management style, personal money manager, the tool head, competitiveness.*

THE DIMENSIONS OF THE LEADERSHIP

YASSIR JAMAL

(Kharkiv National University Of Economics)

Summary. Briefly, the paper proposes a global view about the leadership in enterprise world. It discusses different aspects as the style of leaders, the leadership domains of action, the connection between the leaders and the management and finally a small trip inside the literature area. We are not proposing new ideas but rather collection important information related to our subject issues. Finally, this article can be considered as starting point of many elements connected to the dimensions of the leadership.

Keywords: Leadership, Style of Leaders, Leadership Domains, Dimensions.

Research on leadership has been part of organisation behaviour for the last one hundred years and is seen as one of social science's most researched subject (Antonakis, Cianciolo and Sternberg, 2003:5). It is believed that in 1896, the Library of congress in the USA had no book on leadership but in 1981, it had over 5000 entries (Heller, 2001:388). However leadership has interested scholars and the general public for thousand years and leadership as been in the core of research for a very long time, as Bass states: "the study of leadership rivals in age the emergence of civilisation which shaped its leaders as much as it was shaped by them. From its infancy, the study of history has been the study of leaders" (1990a:3). Leadership encompasses many fields as can be seen by the different type of people that are called leaders: From Henry V to George Washington to Lee Iaacocca who produced a dramatic change at Chrysler Corporation to business tycoons such as Robert Maxwell (Fiedler and Garcia, 1987 in Heller, 2001:388). Leaders and consequently leadership exist universally (manifest itself in one form or another across many different national and organisational context, Tirmizi, 2002:269) in every field of study (in both human kind to animal species, Antonakis et al, 2003), is common throughout Western and Easter writing (Bass, 1990) and as such is studied and examined through many different lenses. This is reflected through the large size of the unorganised literature (Smith and Cooper, 1994:3).

Leadership literature quandary. The leadership literature comes in most part from a north american background and as such might not be applicable on a worldwide basis (shahin and wright, 2004:499). While there has been an increase in leadership research across different countries such as house et al (1997), or peterson and hunt (1997) much of the research still focuses leadership effectiveness and leader comparison in two or three countries (deanne et al, 2001:178). Research found that the type of preferred leaders' style by followers changes in different cultures and that specific behaviours which reflect these styles also vary in different cultures (smith and peterson, 1988 in shahin et al, 2004:499). The different leadership theories may not apply to different countries especially those based on a culture deemed extremely different from the north american culture (shahin et al, 2004).

Research on leadership has stumbled upon two main problems. Firstly is the question whether leadership is a useful concept to study. Leadership research is believed by some to have lost its practical and meaningful utility as a concept with every day organisation life as it widen the gap between leadership as studied by researcher and leadership as it is understood by subjects (Meindl, 1995). Meindl (1995) put forward that research on leadership can only be useful if it studied as understood and constructed by subjects (Meindl, 1995). Other researchers believe research on leadership to still be a practical concept when study-

ing organisational behaviour (Heller, 2001:388) and can be regarded as the most important factor in the success or failure of an organisation (Bass, 1990). This is shown by research on the effect of leadership on performance and on organisational success (Smith et al, 1994:3). For example the quality of leadership has been suggested to account for less than ten percent of the variance in performance in local government (Pfeiffer and Salanick, 1978) similarly the characteristic of individual skippers (leaders) have been found to account for thirty-five to forty nine percent of the variation of the catch (Thorlindsson, 1987), also Hogan et al (1990 found that about sixty to seventy-five percent of organisational respondent found that their supervisors are the most stressful aspect of their job (Hollander, 1997) and that executive leadership can help explain up to forty-five percent of an organisation performance (Day and Lord, 1988 in Smith et al, 1994:3). It is clear that leadership is important in studying organisational success (Smith et al, 1994).

The second problem comes from the size of the literature and the lack of a definition. While leadership is easily observable and identifiable a specific and widely accepted definition of leadership is inexistent (Antonakis et al, 2003: 6). Definition of what leadership is varies from the perspective from which it is studied. Each researcher, according to their focus (such as leaders trait, ability, personality, influence relationship, cognitive versus emotional orientation etc (Deanne et al, 2001:166) defines leadership differently. Leadership can also be seen as being different from management (Kotter, 1990) or seen as part of managerial roles (e.g. Mintzberg, 1989). Definitions of leadership also vary whether leadership is seen as been descriptive or normative in nature as well as in its emphasis on behavioural styles (Deanne et al, 2001:166). Fiedler (1971a:1 in Antonakis, 2003:5) states “that they are almost as many definitions of leadership as there are leadership theories – and there are almost as many theories of leadership as there are psychologists working in the field”.

- “The process whereby one individual influences others to willingly and enthusiastically direct their effort and abilities towards attaining

defined group or organisational goals” (Nel et al, 2004: 332):

- “The reciprocal process of mobilizing by persons with certain motives and values, various economic, political, and other resources in a context of competition and conflict, in order to realize goals independently or mutually held by both leaders and followers” (Burns, 1978:425).

- “Leadership is an influence relationship among leaders and followers who intend real changes that reflect their mutual purposes” (Rost, 1991:102).

- Leadership is the ability of an individual to motivate others to forego self interest in the interest of a collective vision, and to contribute to the attainment of that vision and to the collective by making significant personal self-sacrifices over and above the call of duty (House and Shamir, 1993).

Leadership domains. Another way to understand the concept of leadership is through the way it is studied and the different model it encompasses. Deanne et al (2001) found that leadership research can be classified into three domains and that each domain comes with its own assumption and consequently its own definition. The first of these domains is the *leader centered approach* where the main area of focus is on the leader behaviour and characteristics and their effects. This has been the most popular domain with the most research done. The second domain is the *follower based approach* (e.g. Hollander, 1992; meindl, 1990) which focuses on issues such as the followers’ characteristics, behaviour and perception. And finally the *relationship based approach* (e.g. Bryman, 1992 or graen and scandura, 1987) which emphasize the relationship between the leader and the followers as the main point of focus and is concern with issues such as reciprocal influence and the development and maintenance of effective relationships. The leader centered approach and the relationship based approach have been at the centre of most research however the follower based approach is becoming more and more popular in determining leadership results (chen and meindl, 1991; lord et al, 1984; shamir et al, 1994 in andrews et al, 1998:128). With each change of domains used, leadership is seen as been described

and defined differently (andrews et al, 1998:128). For example the core characteristic (tenets) changes for each domain. The leader centered approach three main tenets are: group, influence and goal (bryman, 1992) while from a more re-

lationship based approach, rost (1991:102-103) found that the four characteristic as shown below. Using the domain classification of deanne et al (2001), leadership can be better explained and understood.

| | |
|--|---|
| <p>The relationship is based on influence</p> <ul style="list-style-type: none"> • The influence is multidirectional • The influence behaviour is non-coercive | <p>Leaders and followers are the people in this relationship</p> <ul style="list-style-type: none"> • The followers are active • There must be more than one followers • The relationship is inherently unequal because of the influence patterns are unequal. |
| <p>Leaders and followers intend real changes</p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>Intend</i> means that the leaders and followers purposefully desire certain changes • <i>Real</i> mean that the changes the leaders and followers intend must be substantive and transforming | <p>Leaders and followers develop mutual purposes</p> <ul style="list-style-type: none"> • The mutuality of these purposes is forged in the non coercive influence relationship • Leaders and followers develop purpose and goals • The mutual purposes become common purpose |

Figure 1. Characteristic of leadership (Rost, 1993:102-103)

Leadership, power and management. Further attributes of leadership need to be analysed to better understand the concept and its meaning. this can be accomplished through analysing the difference and similarities of leadership with management and power as these terms are often confuse and mixed together (antonakis et al, 2003:5).

Often the terms manager and leaders are seen as interchangeable. While in certain cases it is true, it is not always the case. Management is described as “the coordination of human, material, technological, and financial resources needed for an organisation to achieve its goals” (Hess and Siciliano, 1995 in Murphy, 2002:6). The difference between the two is quite clear: a manager plans, organises, controls and motivates, while a leader influences others. The most basic differences are shown in Table and Figure 2. Managers

have influence over others because of their different sources of power as highlighted by French and Raven (1959) famous taxonomy: (1) Reward (2) Coercive (3) Legitimate (4) Referent (5) Expert Power. Managers can use these sources of power in isolation and simultaneously. These powers are subjective and what one subordinate sees as a strong source of power might be seen as a weak source by another (Nel *et al*, 2004:334-5). On the other hand, according to Kotter (1996:26) leaders have three roles that it performs: “*Establishing direction* – Developing a vision of the future and the strategies for producing the changes needed to achieve that vision. *Aligning people* – communicating directions in words and deeds to everyone whose cooperation is needed to create the vision. And finally, *motivating & inspiring* – Energizing people to overcome major political, bureaucratic, and resource barriers to change

by satisfying basic, but often unfulfilled, human needs” (Kotter in *Leading Change*, 1996:26). Power, for leaders, is the mean to potentially influence others. Power for leaders can come but not limited to in the form of referent power (followers identify with leader), expertise, and ability to reward or punish (Bass 1990 in Antonakis et al, 2003:5).

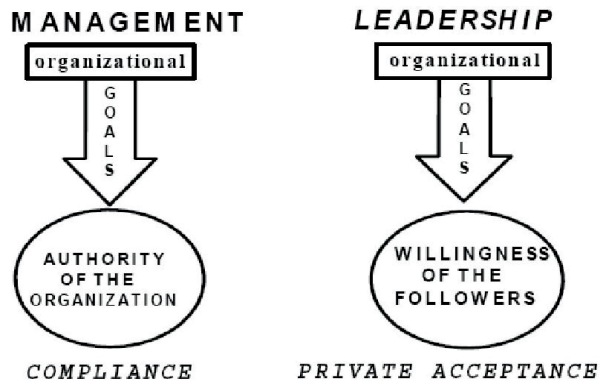


Figure 2. Management vs Leadership (Murphy, 2002:8)

Both are quite similar as they both aim at achieving goals, but one relies on authority given by the organisation, and the other relies on the willingness and power given by the followers as shown in Table 1. In conclusion: “Managers think incrementally, whilst leaders think radically». *Managers do things right, while leaders do the right thing*». Managers do things by the book and follow company policy, while leaders follow their own intuition, which may in turn be of more benefit to the company (ME96, 1997:2).

Leader type and role. There are two types of leaders: formal leaders and informal leaders. a formal leader is “a member of an organisation who is given authority by the organisation to influence other organisational members to achieve organisational goals” and an informal leader is “an organisational member with no formal authority to influence others who nevertheless is able to exert considerable influence because of special skills or talents” (george *et al*, 2002:390-391).

Leadership is essential at every level of an organisation. At the supervisory level, leaders complement organisational system (Katz and

Kahn, 1978 in Antonakis et al, 2003) and improve their followers’ motivation level, effectiveness and overall satisfaction (Bass 1990 in Antonakis et al, 2003). At the strategic level, leaders ensure that the organisation is properly coordinated and works effectively with its external environment (Katz and Kahn, 1978 in Antonakis et al, 2003). On the whole, leaders guide, align and ‘lead’ the organisation and its people towards the objective and goals of the organisation and make sure that the organisational functions are aligned with the external environment (Antonakis, 2003:5).

Leadership research. Leadership theories have evolved throughout the years in a linear, consistent and predictable fashion studies (tirmizi, 2002:169). Table 2 reveals 24 of the most commonly teach leadership theories and their main researcher (irby, brown, duffy and trautman, 2001:304-305).

Leadership measurement. Leadership has been measured through many different instruments such as questionnaires. Many questionnaire exist which are used to measure the different leadership theories and measures. for example the leader behaviour description questionnaire (lbdq) developed by the ohio state researchers or the multifactor questionnaire (mlq) developed by bass (1985) and his colleagues or the leadership practices inventory (lpi) are some of the most widely used questionnaires (tirmizi, 2002: 271).

Leadership taxonomy. Leadership theories can usually be classified into three categories which like domains can help to define leadership better. the three categories are *trait*, *behaviour* and *contingency*. each category can be seen as reflecting an era which is characterised by a particular focus of interest and a specific research interest (chermers, 1993 in tirmizi, 2002:169). This classification will be used in this chapter in conjunction with a new category called new leadership. however other taxonomy exist such as the one used by heller (2001) which divided the theories into two groups namely *universalist* and *situational*. The former referred to theories such as great person theories, psychoanalytic theories, charismatic, transformational and transactional theories while the later referred to theories such as fielder (1967) contingency theory or vroom (1973) participative leadership model.

the situational approach is more recent and is based on the assumption that different styles of leadership are more appropriate in certain situation than other (heller, 2001). Others frameworks

exist (such as jago, 1982) that builds up on the universalist/situational divide and include two more focus namely trait and behaviour leading to the framework shown in Table 3 below:

Table 1

Leadership vs management (Nel et al, 2004:333)

| Criteria | Leadership | Management |
|-------------------------|--------------------------------------|---|
| Change | Provide a vision and initiate change | Implement changes as suggested by leaders |
| People | Inspire and develop | Control |
| Power source | Ability to influence others | Authority |
| Task | Do the right things | Do things right |
| Commitment goals | Passionate | Impersonal |

Table 2

Leadership theories (Irby et al, 2001: 305)

| Type of Theory | Name of Theory | Primary writers |
|--------------------------|--------------------------------|---------------------------------------|
| Organisational | Fusion process | Bakke (1953) |
| | Complex learning organisations | Etzioni (1975) |
| | Structure in fives | Mintzberg (1983) |
| | Learning organisation | Senge (1990) |
| | Organisational framework | Bolman and Deal (1991) |
| Organisational Behaviour | Social system theory | Homans (1950; Getzels and Guba (1955) |
| | Needs hierarchy theory | Maslow (1955); Porter (1964) |
| Management | Function of executive | Barnard (1938) |
| | 3-D theory | Reddin (1970) |
| | Theory Z | Ouchi (1981) |
| | Total quality management | Deming (1988) |
| | Strategic management | Nahavandi (1993) |
| | Iowa studies | Lewin et al (1939) |
| | Leadership factors | Stogdill (1948) |
| | Ohio state studies | Halpin and Winer (1957) |
| | | Hemphill and Coons (1957) |
| | | McGregor (1957) |
| Leadership | Performance-maintenance | Misumi et al (1958) |
| | Four-factor theory | Bowers and Seashore (1966) |
| | Michigna studies | Likert (1961) |
| | Contingency theory | Fiedler (1967) |
| | Leadership grid styles | Blake and Mouton (1968) |
| | Situational leadership | Hersey and Blanchard (1969) |
| | Path-goal theory | Evans (1970) |
| | Transformational leadership | Burns; Bass and Avd1994) |

Table 3

Jago's Framework of Leadership Theories

| Focus | | Approach | |
|-------|--------------------|-------------------------|------------------------------|
| | | Universal | Contingent |
| Focus | Focus On Traits | Leader Traits Theory | Fiedler's Contingency Theory |
| | Focus On Behaviors | Early Behavioral Theory | The Path-Goal Theory |

Leadership research has existed for several decades and as mention before, the studies can be classified into trends. Up to the late 1940s, the trait approach was predominant, the focus then shift to a style (or behaviour) approach until the late 1960s, then followed by a contingency approach until the early 1980s and since the 1980s

the focus has been on new leadership (Deanne et al, 2001:168). It is important to note, that a change in focus didn't mean that the previous focus was completely abandon from research but simply that most research shifted to their emphasise. Table 4 highlights the different trends in leadership theory and research.

Table 4

Trends in leadership theory and approach (Deanne et al, 2001:168)

| Period | Approach | Core theme |
|--|---|---|
| Up to late 1940s Late 1940s to late 1960s | Trait Style | Leaders are born; leadership as an innate ability What do they do; effectiveness has to do with how the leader behaves |
| Late 1960s to early 1980s | Contingency | It all depends; effectiveness of leadership is affected by all situations/context |
| Since early 1980s | New leadership (Including charismatic transformational leadership) | Leaders need vision and insipure loyaltoy and emotional attachment |

While leadership is easily observable in action, defining it precisely is much more difficult, this is in part because each researcher sees leadership differently according to the researcher paradigm. As Bennis (1959:260) states in Antonakis (2004:15). There is no question on the effect of leaders in leading the organization to success and higher profit and organizations (Appelbaum et al, 2004; Smith et al, 1984). Therefore organizational success consequently depends on leaders being present at all level to perform the organizational mission. However determining what makes a leader is still unknown. There is no single leadership trait or behaviour that is effective in every situation however the concept is now better understood and leadership remains a prevalent subject in organizational behaviour study. Whilst most research is still North American based, research needs to test the various leadership theories and develop new one if needed for other countries especially those which have a very different culture to the North American's culture.

LITERATURE

1. Andrews J. P. Regrouping the concept of leadership / Andrews J. P. and Field R. H. G. // Leadership and organisation development journal. – 1998. – March. – P. 128–136.
2. Antonakis J. The Nature of leadership / Antonakis J., Cianciolo A.T. and Sternberg R. J. // California: Sage publication Inc. – 2004. – Chapter 1. – 438 p.
3. Avolio B. J. Leading in the 1990s: The four I's of transformational leadership / Avolio B. J., Waldman D. A., & Yammarino F. J. // Journal of European Industrial Training. – 1991. – March. – P. 9–16.
4. Bass B. M. Leadership and Performance Beyond Expectations / Bass B. M. – New York : The Free Press, 1985. – 191 p.
5. Blake R. R. The managerial grid / Blake R. R., J. S. Mouton. – Houston : Gulf, 1964. – 178 p.
6. Bryman A. Charisma and Leadership in Organizations / Bryman A. – London : Sage, 1992. – 198 p.
7. Burns J. M. Leadership / Burns J. M. – New York : Harper & Row, 1978. – 530 p.
8. Chen C. C. The construction of leadership images in the popular press: the case of Donald Burr and People / Chen C. C. and Meindl J. R. // Express, Administrative Science Quarterly. – 1991. – April. – P. 521–555.

9. Chermers M. M. Charisma and Leadership in Organizations / Chermers M. M. // Newbury Park : Sage, 1983. – 287 p.
- George J. M. Organizational Behavior / George J. M., and Jones G. R. – (3rd Ed.). – New Jersey : Pearson Education, Inc, 2002. – P. 469–485.
10. Hater J. J. Supervisor's evaluations and subordinates' perceptions of transformational and transactional leadership / Hater J. J. and Bass B. M. // Journal of Applied Psychology. – 1988. – № 73. – P. 695–702.
11. Hollander E. P. Leadership, followership, self and others / Hollander E. P. // Leadership Quarterly. – 1992. – № 3. – P. 43–54.
12. Kotter J. P. A force for change: How leadership differs from management / Kotter J. P. – New York : Free Press, 1990.
13. Meindl J. R. On leadership: an alternative to the conventional wisdom / Meindl J. R. // Research in Organizational Behavior. – 1990. – Vol. 12. – P. 159–203.
14. Nicholls J. R. A new approach to situational leadership / Nicholls J. R. // Leadership and Organizational Development Journal. – 1985. – March. – P. 2–7.
15. Peterson M. F. International perspectives on international leadership / Peterson M. F. & Hunt J. G. // Leadership Quarterly. – 1997. – March. – P. 203–231.
16. Rost J. C. Leadership for the twenty-first century / Rost J. C. – New York : Praeger, 1991. – P. 122–160.
17. Sashkin M. The visionary leader / Sashkin M. // Charismatic Leadership: The Elusive Factor in Organizational Effectiveness. – San Francisco : Jossey-Bass, 1988. – P. 122–160.
18. Tirmizi S. A. The 6-L framework: a model for leadership research and development / Tirmizi S. A. // Leadership and organisation development journal. – 2002. – May. – P. 269–279.
19. Vroom V. H. Leadership and decisionmaking / Vroom V. H. and Yetton P. W. – Pittsburgh : University of Pittsburgh Press, 1973. – 248 p.

Ясір Джамал (Харківський національний університет економіки). **Стили лидерства.**

Анотація. У статті розглянуто основні теорії лидерства. Проаналізовано стили лидерства та їх взаємозв'язок з управлінням.

Ключові слова: лидерство, стиль лидерів, лидерство.

Ясір Джамал (Харьковский национальный университет экономики). **Стили лидерства.**

Аннотация. В статье рассмотрены основные теории лидерства. Проанализированы стили лидерства и их взаимосвязь с управлением.

Ключевые слова: лидерство, стиль лидеров, лидерство.

МЕТОДИЧНІ ОСНОВИ СТВОРЕННЯ ВНУТРІШНЬОФІРМОВИХ СТАНДАРТІВ АУДИТОРСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

М. Й. ГЕДЗ, доктор економічних наук
(Черкаський науково-навчальний інституту
Університету банківської справи)

Анотація. *Внутрішньофірмові стандарти відіграють у практиці аудиту фундаментальне значення, оскільки визначають якість професійної діяльності аудиторів. Тільки за умови застосування стандартів виникає довіра третіх осіб до результатів проведення аудиту та до професійного судження аудитора. Мета статті – розроблення методичних підходів створення внутрішніх стандартів аудиторської діяльності. Обґрунтовано класифікацію внутрішніх стандартів. Для реалізації системного підходу запропоновано використати методологію структурного аналізу і проектування IDEF0 (ICAM DEFinition language 0). Визначено основні завдання та запропоновано структуру внутрішньофірмових стандартів аудиторської діяльності у складі стандартів професійної культури аудиторів, стандартів документування та внутрішньофірмового документообігу, стандартів, що передбачають методики аудиторських послуг. Формування внутрішньофірмових стандартів аудиторської діяльності має відбуватися на основі їх класифікації, системного, процесно-орієнтованого та функціонально-операційного підходів.*

Ключові слова: *аудиторська діяльність, внутрішні стандарти, методичні підходи, якість аудиту, контроль за якістю.*

Важливу роль у здійсненні аудиторської діяльності відіграють внутрішні стандарти аудиторських фірм. Упровадження внутрішньофірмових стандартів є необхідною умовою підвищення конкурентоспроможності аудиторських фірм і зниження аудиторського ризику. Розробка, впровадження та супровід внутрішньофірмових стандартів забезпечують відповідність аудиторської діяльності вимогам зовнішніх стандартів, сприяють упровадженню сучасних методів і технологій аудиту. Особливої актуальності набуває розробка та впровадження внутрішньофірмових стандартів аудиторської діяльності у світлі вимог до забезпечення якості та контролю за якістю роботи аудиторів.

Наукові основи організації, методів і засобів розробки внутрішніх стандартів аудиторської діяльності відображені в працях таких провідних учених: Р. Адамса, Е. Аренса, Р. Доджа, Дж. Лоббека, Дж. Робертсона,

В. Суйц, А. Шеремета, Н. Білухи, Н. Дорош, В. Пантелєєв, О. Петрик, О. Редька та ін. Проблеми якості аудиту активно обговорюються в науковій літературі та періодичних виданнях протягом усього періоду впровадження аудиту в Україні. Однак спеціальних видань із питань розробки та використання внутрішньофірмових стандартів відносно небагато та вони мають загальний характер, обмежуючись коментарем загальноприйнятих вимог.

Об'єктивна необхідність створення і використання внутрішніх стандартів аудиторської діяльності стримується недостатнім напрацюванням методичних основ розробки системи внутрішньофірмових стандартів.

Метою дослідження є розробка методичних підходів до створення внутрішніх стандартів аудиторської діяльності.

Належна якість аудиторської діяльності досягається системою стандартів, яка включає міжнародні, національні та внутрішні

стандарти аудиторських організацій та індивідуальних аудиторів. Система стандартів дозволяє регулювати аудиторську діяльність з урахуванням тенденцій її розвитку і досвіду в масштабах міжнародного аудиторського співтовариства. Наразі вже склався певний досвід розробки та використання внутрішніх стандартів аудиторськими організаціями, хоча багато з них досі підходять до цього питання формально. Однак підвищення вимог до якості аудиторських послуг з боку державних органів і громадських організацій викликали необхідність подальшого вдосконалення системи внутрішніх стандартів, і, найголовніше, їх застосування в діяльності аудиторів.

В економічно розвинених країнах, крім законів, у яких формулюються загальні вимоги до роботи аудиторів, існують спеціальні нормативні документи, які детально регламентують діяльність аудиторів. Зазвичай, подібні документи називаються аудиторськими стандартами.

Стандарти відіграють у практиці аудиту фундаментальне значення, оскільки визначають якість професійної діяльності аудиторів. Тільки за умови застосування стандартів виникає довіра третіх осіб до результатів проведення аудиту та до професійного судження аудитора. Виконання вимог аудиторських стандартів дозволяє аудиторам відстоювати свої позиції в конфліктних ситуаціях з клієнтами і третіми особами.

Стандартизація аудиторської діяльності спрямована на досягнення оптимального ступеня впорядкування аудиторської діяльності за допомогою встановлення положень і норм для загального та багаторазового застосування щодо реально існуючих або потенційних завдань.

Міжнародні стандарти аудиту сприяють гармонізації проведення аудиту в різних країнах. Рішенням Аудиторської палати України від 18.04.2003 р. Міжнародні стандарти аудиту Міжнародної федерації бухгалтерів (ІФАС) прийняті в Україні в якості Національних стандартів аудиту [1, 2].

Із метою проведення ефективної роботи в галузі стандартизації на рівні аудиторських

фірм необхідно класифікувати аудиторські стандарти на зовнішні та внутрішні. Зовнішні стандарти мають універсальний характер, а використання внутрішніх обмежується внутрішньою діяльністю фірми з організаційного та методичного забезпечення аудиту.

Залежно від призначення та застосування стандартів доцільно виокремити чотири взаємопов'язані їх частини: стандарти, що визначають основні принципи аудиту, загальні стандарти, робочі стандарти, стандарти звітності.

Стандарти, що визначають основні принципи аудиту, встановлюють закономірності, логічні принципи та необхідні умови (у тому числі професійної культури та етики), що представляють загальну основу аудиторської діяльності. Вони є схемами для формування думки про достовірність фінансової (бухгалтерської) звітності суб'єкта, що підлягає аудиту. Розробляючи внутрішньофірмові стандарти основних принципів діяльності, слід мати на увазі етичні вимоги до аудиторів, викладені у Кодексі професійної етики аудиторів МФБ і Директивах ЄС [3–5].

Загальні стандарти містять положення про якість і ступень кваліфікації аудитора, необхідні для ефективного виконання аудиторського завдання.

Робочі стандарти включають інструментальні правила, якими керується аудитор протягом усього процесу аудиту.

Стандарти звітності являють собою вимоги до порядку підготовки звітних аудиторських документів, зокрема, аудиторського висновку й інформації (звіту) за результатами проведення аудиту.

Важлива роль відводиться внутрішнім стандартам аудиторських фірм, які слід розуміти як документи, що деталізують і регламентують єдині вимоги до здійснення та оформлення аудиту. Ці документи розробляє аудиторська фірма з метою забезпечення ефективної практичної роботи та її адекватності прийнятим національним стандартам аудиторської діяльності. При цьому кожна аудиторська фірма створює свою систему внутрішніх документів, що відображає влас-

ний підхід до здійснення перевірок і надання супутніх послуг, ґрунтуючись на загальноприйнятих принципах організації та проведення аудиту.

До передумов формування системи внутрішніх стандартів аудиторських фірм, призначених для інформаційно-методичного забезпечення аудиторської діяльності, належить їх класифікація. Класифікувати стандарти слід за певними ознаками, наприклад: за роллю стандартів у здійсненні професійної діяльності аудиторських фірм, за змістом і призначенням стандартів, за галуззю їх застосування, по відношенню до загального процесу аудиторської перевірки.

У складі внутрішніх стандартів доцільно виокремити тільки два розділи: організаційні (стандарти організації та забезпечення діяльності аудиторських фірм) і технологічні стандарти.

Технологічні стандарти слід розуміти як певну сукупність регламентів, що розробляються і затверджуються аудиторською фірмою, які описують весь процес проведення аудиторської перевірки, починаючи з моменту отримання завдання і закінчуючи підготовкою звітних документів (аудиторського висновку, звіту за результатами проведення аудиторської перевірки тощо), що надаються замовнику аудиту.

Основною складовою технологічних стандартів є стандарти проведення аудиторської перевірки, оскільки саме від їх застосування залежить досягнення і підтримка якості аудиторських послуг на належному рівні.

Блок технологічних стандартів, у свою чергу, доречно розділити на групи загальних, робочих і звітних стандартів.

Такий підхід до формування системи внутрішніх стандартів створить умови для застосування інструментальних засобів зовнішніх стандартів у діяльності аудиторських організацій і дозволить комплексно охопити об'єкти та процес проведення аудиту.

Внутрішні стандарти аудиторської діяльності слід розглядати як основу системи управління аудиторською організацією.

Особливу роль під час упровадження внутрішніх стандартів аудиторської діяльності

відіграє фіксація постійних правил роботи і разових керуючих впливів у різних внутрішніх управлінських документах. Системний підхід до опрацювання таких документів дозволяє впорядкувати процес прийняття важливих рішень і контроль за їх своєчасним і чітким виконанням.

Перед більшістю великих і середніх аудиторських організацій, метою яких є вдосконалення існуючої системи управління, в першу чергу постає проблема розробки пакета нормативних документів (корпоративних стандартів), які б відображали всі аспекти господарської діяльності. Документування системи управління є важливим кроком при переході зі стану сьогодення до перспективного майбутнього. Неефективність системи управління на практиці виявляється у зростаючій кількості конфліктів як ззовні (з клієнтами), так і всередині фірми (між підрозділами та співробітниками), зриві термінів виконання робіт і зниженні якості послуг. Для впровадження змін необхідно розробити регламентуючі стандарти діяльності, що фіксують адміністративне підпорядкування суб'єктів управління, їх функціональну взаємодію. Офіційна регламентація діяльності створить основу ефективної системи управління, яка дозволить звільнити керівника від розв'язання проблем, що не вимагають його уваги, зробить бізнес більш прозорим і керованим, оскільки результати роботи легко контролюються, критерії оцінки визначені й відомі, процедури планування формалізовані, інформаційні потоки керовані, процедури прийняття рішень забезпечені необхідною інформаційною підтримкою.

З метою підвищення ефективності роботи системи управління аудиторської організації доцільно виокремити два пріоритетні напрями в стандартизації здійснюваної нею професійної діяльності: 1) розробка та прийняття внутрішніх нормативних документів, що регулюють функціонування аудиторської фірми як юридичної особи; 2) регламентація бізнес-процесів. Стосовно до аудиторських фірм, бізнес-процеси слід розуміти аудит як підприємницьку діяльність із проведення незалежної перевірки бухгалтерського обліку та фінансової (бухгалтерської) звітності.

Процесно-орієнтований підхід до діяльності економічного суб'єкта є базовим принципом реінжинірингу, а можливість повного опису структури процесу є одним із ключових факторів успіху заходів з його проведення. Для проектування структури процесів призначена спеціальна методологія IDEF0 (ICAM DEFinition language 0) – підмножина методології структурного системного аналізу SADT (Structured Analysis and Design Technique) [6, 7]. Вирішуючи завдання створення системи внутрішньофірмових стандартів, доцільно представити регламент аудиторської діяльності в стандарті IDEF0, що дозволить формалізувати процес аудиторської перевірки, домогтися алгоритмізації та комплексного підходу, побудувати прозору систему контролю, засновану на накопиченому досвіді, деталізувати до заданого рівня етапи проведення перевірки.

У процесі формування системи внутрішніх стандартів аудиторських фірм необхідно використовувати системний підхід. Визначення аудиторської діяльності, її цілей, предмета й об'єктів, класифікацію внутрішньофірмових стандартів, вимоги до їх розробки слід зарахувати до концептуальних основ формування системи стандартів.

Вимоги до внутрішніх стандартів слід поділяти на загальні та специфічні. Загальних вимог необхідно дотримуватися при формуванні будь-якого стандарту, специфічні – характерні для окремих груп або видів стандартів.

Для встановлення специфічних вимог доцільно взяти до уваги вимоги до різних компонентів аудиторської діяльності, сформульованих у відповідних зовнішніх правилах.

Найбільш прийнятним рішенням для забезпечення комплексного підходу до організації і технології проведення аудиту є розробка аудиторською фірмою власної методології аудиту, що дозволяє реалізувати системний підхід до створення внутрішніх стандартів. Методологію аудиту фірми можна охарактеризувати як комплексний стандарт із відповідним поданням регламенту аудиторської діяльності у стандарті IDEF0. Підготовка

такого стандарту передбачає використання функціонально-операційного підходу, заснованого на вивченні функцій системи, до яких належать склад робіт за стадіями та об'єктами аудиту, а також комплекс завдань, пов'язаних із управлінням аудиторською фірмою, у тому числі й контроль.

Функціонально-операційний підхід передбачає опис завдань і робіт у вигляді впорядкованої послідовності ознак, характеристик і елементарних дій. Застосування зазначеного підходу дозволить створити стандарт із модульною структурою, кожен модуль якого буде являти собою розділ із описом певного етапу аудиту та скомпонованими інструментальними правилами для виконання відповідних аудиторських процедур.

На основі вищевикладених методичних основ сформуємо основні завдання та структуру внутрішньофірмових стандартів аудиторської діяльності.

Основні завдання внутрішньофірмових стандартів аудиторської діяльності:

- забезпечення високої якості аудиту;
- сприяння дотриманню чинного законодавства, Міжнародних стандартів аудиту, Кодексу професійної етики аудиторів, Директив ЄС;
- раціоналізація організації та процесу надання послуг;
- забезпечення зв'язку окремих елементів аудиторського процесу;
- упровадження новітніх наукових розробок;
- створення позитивного іміджу аудиторської фірми.

Структура внутрішньофірмових стандартів аудиторської діяльності:

1. Стандарти професійної культури аудиторів;
2. Стандарти документування та внутрішньофірмового документообігу;
3. Стандарти, що передбачають методики аудиторських послуг.

Формування внутрішньофірмових стандартів аудиторської діяльності має відбуватися на основі їх класифікації, системного, процесно-орієнтованого та функціонально-операційного підходів.

ЛІТЕРАТУРИ

1. Міжнародні стандарти контролю якості, аудиту, огляду, іншого надання впевненості та супутніх послуг [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.apu.com.ua/files/temp/Ukr-block_T1-2010.pdf. – Назва з екрана.

Mizhnarodni standarty kontroliu yakosti, audytu, ohliadu, inshoho nadannia vpevnenosti ta suputnikh posluh [Elektronnyi resurs]. – Rezhym dostupu: http://www.apu.com.ua/files/temp/Ukr-block_T1-2010.pdf. – Nazva z ekrana.
2. Міжнародні стандарти контролю якості, аудиту, огляду, іншого надання впевненості та супутніх послуг [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.apu.com.ua/files/temp/Ukr-block_T2-2010.pdf. – Назва з екрана.

Mizhnarodni standarty kontroliu yakosti, audytu, ohliadu, inshoho nadannia vpevnenosti ta suputnikh posluh [Elektronnyi resurs]. – Rezhym dostupu: http://www.apu.com.ua/files/temp/Ukr-block_T2-2010.pdf. – Nazva z ekrana.
3. **Handbook of the Code of Ethics for Professional Accountants** [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ethicsboard.org/system/files/publications/files/2015-iesba-handbook.pdf>. – Назва з екрана.
4. Директива 2006/43/ЄС Європейського Парламенту та Ради про обов'язковий аудит річної звітності та консолідованої звітності, що вносить зміни до Директив Ради 78/660/ЄЕС та 83/349/ЄЕС і припиняє дію Директиви Ради 84/253/ЄЕС від 17 травня 2006 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/994_844. – Назва з екрана.

Dyrektyva 2006/43/IeS Yevropeiskoho Parlamentu ta Rady pro obov'iazkovyi audyt richnoi zvitnosti ta konsolidovanoi zvitnosti, shcho vnosyt zminy do Dyrektyv Rady 78/660/IeES ta 83/349/IeES i prypyniaie diu Dyrektyvy Rady 84/253/IeES vid 17 travnia 2006 r. [Elektronnyi resurs]. – Rezhym dostupu: http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/994_844. – Nazva z ekrana.
5. Директива 2014/56/ЄС Європейського Парламенту та Ради від 16 квітня 2014 р., що вносить зміни до Директиви 2006/43/ЄС про обов'язковий аудит річних звітів та консолідованих звітів від 16 квітня 2014 року [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.apu.com.ua/attachments/article/762/Direktiva%202014-56-EU.pdf>. – Назва з екрана.

Dyrektyva 2014/56/IeS Yevropeiskoho Parlamentu ta Rady vid 16 kvitnia 2014 r., shcho vnosyt zminy do Dyrektyvy 2006/43/IeS pro obov'iazkovyi audyt richnykh zvitiv ta konsolidovanykh zvitiv vid 16 kvitnia 2014 roku [Elektronnyi resurs]. – Rezhym dostupu: <http://www.apu.com.ua/attachments/article/762/Direktiva%202014-56-EU.pdf>. – Nazva z ekrana.
6. Integration Definition for function Modelling (IDEF0) [Електронний ресурс] // **Draft Federal Information Processing Standards Publication 183**. – 1993. – December 2. – Режим доступу: <http://www.idef.com>. – Назва з екрана.
7. Дэвид А. Марка. Методология структурного анализа и проектирования: [пер. с англ.] / Дэвид А. Марка, Клемент Мак Гоуэн. – Москва : Мета Технология, 1993. – 240 с.

Devid A. Marka. Metodologiya strukturnogo analiza i proyektirovaniya: [per. s angl.] / Devid A. Marka., Klement Mak Gouen. – Moskva : Meta Tekhnologiya. 1993. – 240 s.

М. И. Гедз, доктор экономических наук (Черкасский научно-образовательный институт Университета банковского дела). **Методические основы создания внутрифирменных стандартов аудиторской деятельности.**

Аннотация. Внутрифирменные стандарты имеют в практике аудита фундаментальное значение, поскольку определяют качество профессиональной деятельности аудиторов. Только при условии применения стандартов возникает доверие третьих лиц к результатам проведения аудита и к профессиональному суждению аудитора. Цель статьи – разработка методических подходов создания внутренних стандартов аудиторской деятельности. Обоснована классификация внутренних стандартов. Для реализации системного подхода предложено использовать методологию структурного анализа и проектирования IDEF0 (ICAM DEFinition language 0). Определены основные задачи и предложена структура внутрифирменных стандартов аудиторской деятельности в составе стандартов профессиональной культуры аудиторов, стандартов документирования и внутрифирменного документооборота, стандартов, предусматривающих методики аудиторских услуг. Формирование внутрифирменных стандартов аудиторской деятельности должно происходить на основе их классификации, системного, процессо-ориентированного и функционально-операционного подходов.

Ключевые слова: аудиторская деятельность, внутренние стандарты, методические подходы, качество аудита, контроль качества.

M. Gedz, Dc. Econ. Sci. (Cherkasy educational-scientific Institute of the Banking University). Methodological foundation for internal standards on auditing practice.

Summary. Internal standards play a fundamental role in auditing practice because they define quality of auditor activities. Only with implementation of standards it is possible to gain confidence from third parties about auditing results and professional judgement of an auditor. To develop methodological approaches for creation of internal auditing standards. Internal standards classification has been substantiated. To implement a systematic approach it is suggested to use structural analysis methodology IDEF0 (ICAM DEFinition language 0). The main objectives of internal auditing practice standards have been determined and structure of internal standards on auditing has been suggested as a part of auditor code of professional conduct, documentation standards and internal document flow, standards on auditing methodologies. Creation and implementation of internal auditing practice standards should be based on their classification, systematic, process-oriented, functional and operational approaches.

Keywords: auditing practice, internal standards, methodological approaches, auditing quality, quality control.

III. ФІНАНСИ ТА КРЕДИТ

УДК 368(477)

СУЧАСНИЙ СТАН І ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ СТРАХОВОГО РИНКУ УКРАЇНИ

Н. В. МИХАЙЛОВА, кандидат економічних наук
(Вищий навчальний заклад Укоопспілки
«Полтавський університет економіки і торгівлі»)

***Анотація.** У статті досліджено сучасний стан страхового ринку України, визначено основні тенденції та перспективи його розвитку.*

***Ключові слова:** страхування, страховий ринок, страхові компанії, страхове покриття, страхова премія, страхова виплата, страхова культура.*

Однією зі складових фінансового сектора України є страховий ринок, розвиток якого в умовах інтеграції у світове економічне співтовариство є пріоритетним у національній економіці. Сучасний стан страхового ринку у значній мірі визначає рівень економічної безпеки країни, впливає на інвестиційний та інноваційний потенціал економіки.

Страховий ринок забезпечує ефективний захист від численних природних, техногенних та інших ризиків, сприяє ефективному перерозподілу фінансових ресурсів як у межах, так і за межами держави. Повноцінний страховий ринок сприяє загальній економічній стабільності, розвитку всіх сфер господарювання і реалізації державної соціальної політики. Враховуючи значимість страхування у соціально-економічному розвитку держави, забезпеченні життєдіяльності його суб'єктів, особливого значення набуває чітке й однозначне визначення стану та тенденцій розвитку страхового ринку.

Питання щодо проблем розвитку страхового ринку в Україні висвітлюються у працях відо-

мих вітчизняних учених-економістів, а саме: В. Д. Базилевича, С. С. Осадця, А. М. Поддєрьогіна, О. Е. Гудзь, М. В. Мних, О. О. Охріменка, І. В. Постіл, Н. М. Внукової та ін. Незважаючи на широке коло проблем, розв'язання яких пропонується у працях науковців, питання функціонування ефективного українського страхового ринку потребує подальших наукових досліджень.

Мета дослідження – визначити сучасний стан українського страхового ринку, виявити проблеми, які стримують його розвиток, та окреслити напрями подальшого розвитку ринку страхових послуг.

Страхування в усьому світі є унікальним гарантуючим і стабілізуючим механізмом фінансової системи, що сприяє розвитку національної економіки, позитивно впливає на макроекономічну стабільність у країні, забезпечує соціальні гарантії в суспільстві.

Роль страхування особливо важлива в контексті економічних реформ, оскільки воно стимулює розвиток ринкових відносин і ділової активності, покращує інвестиційний

клімат. Розвиток страхового ринку є важливим ресурсом, використання якого може дати масштабний ефект економічного зростання. Саме страховий ринок може сприяти формуванню додаткових джерел фінансування, адже страхові компанії є потужними інвесторами, маючи виняткову фінансову можливість поряд із іншими небанківськими посередниками грошового ринку акумулювати значні фінансові ресурси та відповідно реалізовувати довгострокові капітальні інвестиції [3].

Наразі страховий ринок України перебуває на етапі становлення і попри стрімкий розвиток окремих його сегментів, рівень страхового покриття залишається досить низьким – 5–10 %, тоді як у розвинутих країнах Європи цей показник становить понад 95 % [3]. Це свідчить про наявність значного потенціалу розвитку вітчизняного страхового ринку.

Аналіз показників діяльності страхових компаній за 2012–2014 рр. свідчить про наявність хоча і не значних, але кількісних і якісних змін на страховому ринку України (табл. 1).

Таблиця 1

**Динаміка основних показників розвитку
страхового ринку України за 2012–2014 рр.**

| Показники | 2012 р. | 2013 р. | 2014 р. | Відхилення (+, –) | | Темп змін, % | |
|--|---------|---------|---------|---------------------------|---------------------------|---------------|---------------|
| | | | | 2013 р. від 2012 р. | 2014 р. від 2013 р. | 2013/ 2012 | 2014/ 2013 |
| Загальна кількість страхових компаній, од. | 414 | 407 | 382 | –7 | –25 | –1,7 | –6,2 |
| Загальні активи по балансу, млн грн | 56224,7 | 66387,5 | 70261,2 | 10162,8 | 3873,7 | 18,1 | 5,8 |
| Статутний капітал, млн грн | 14579,0 | 15232,5 | 15120,9 | 653,5 | –111,6 | 4,5 | –0,7 |
| Страхові резерви, млн грн. | 12577,6 | 14435,7 | 15828,0 | 1858,1 | 1392,3 | 14,8 | 9,6 |
| Валові страхові премії, млн грн | 21508,2 | 28661,9 | 26767,3 | 7153,7 | –1894,6 | 33,3 | –6,6 |
| Валові страхові виплати, млн грн | 5151,0 | 4651,8 | 5065,4 | –499,2 | 413,6 | –9,7 | 8,9 |
| Рівень валових виплат, % | 23,9 | 16,2 | 18,9 | – | – | – | – |
| Чисті страхові премії, млн грн | 20277,5 | 21551,4 | 18592,8 | 1273,9 | –2958,6 | 6,3 | –13,7 |
| Чисті страхові виплати, млн грн | 4970,0 | 4566,6 | 4893,0 | –403,4 | 326,4 | –8,1 | 7,1 |
| Рівень чистих виплат, % | 24,5 | 21,2 | 26,3 | – | – | – | – |

Джерело: складено автором на основі даних офіційного сайту Нацфінпослуг [4].

З табл. 1 видно, що кількість страхових компаній 2014 р. у порівнянні з 2013 р. зменшилася на 25, а у порівнянні з 2012 р. – на 32 компанії. Найбільша кількість компаній займається такими видами страхування, як страхування майна, від нещасних випадків, вантажів і багажу, наземного транспорту, від вогневих ризиків і ризиків стихійних явищ,

відповідальності перед третіми особами, фінансових ризиків.

Стан страхового ринку України характеризується скороченням обсягів валових страхових премій за 2014 р. порівняно з 2013 р. на 1894,6 млн грн, або на 6,6 %, чисті страхові премії зменшилися на 2958,6 млн грн, або на 13,7 %.

Структура страхових премій за видами страхування станом на кінець 2014 р. свідчить про розвиток в Україні лише класичних видів страхування. Так, у структурі страхових премій найбільшу питому вагу має автострахування (КАСКО, ОСЦПВ, «Зелена карта») – 5 947,5 млн грн, або 32,0 %, та страхування майна – 2 045,1 млн грн, або 11,0 % [5].

Динаміка страхових виплат не стабільна. Так, 2013 р. розмір валових страхових виплат порівняно з 2012 р. зменшився на 9,7 %, а чистих – на 8,1 %. Але вже за результатами 2014 р. обсяг валових страхових виплат зріс на 8,9 %, чистих – на 7,1 %.

Найбільше страхових виплат проводиться з автострахування, страхування фінансових ризиків, медичного страхування [4].

За результатами 2013 р. рівень валових страхових виплат становив 16,2 %, рівень чистих страхових виплат (відношення чистих виплат до чистих премій) – 21,2 %. 2014 р. рівень валових страхових виплат збільшився до

18,9 %, а чистих страхових виплат – до 26,3 %. Відповідно до досліджень науковців, прийнятним вважається рівень виплат до 40 %. Тобто вітчизняні страхові компанії в умовах фінансової нестабільності поступово наближаються до критичної межі, однак ще не досягли її внаслідок недостатнього розвитку ринку страхування в Україні.

Незважаючи на поступове збільшення обсягів власного капіталу, активів і резервів, що позитивним чином відображається на платоспроможності страхових компаній, сучасний стан страхового ринку характеризується наявністю багатьох негативних тенденцій і суттєвих диспропорцій свого розвитку.

Слід відмітити, що розвиток економіки України супроводжується циклічними кризами, які характеризуються різким падінням курсу національної валюти, знеціненням доходів населення, стагнацією фінансових ринків. В економіці водночас зростає безробіття і рівень цін, відбувається спад виробництва на

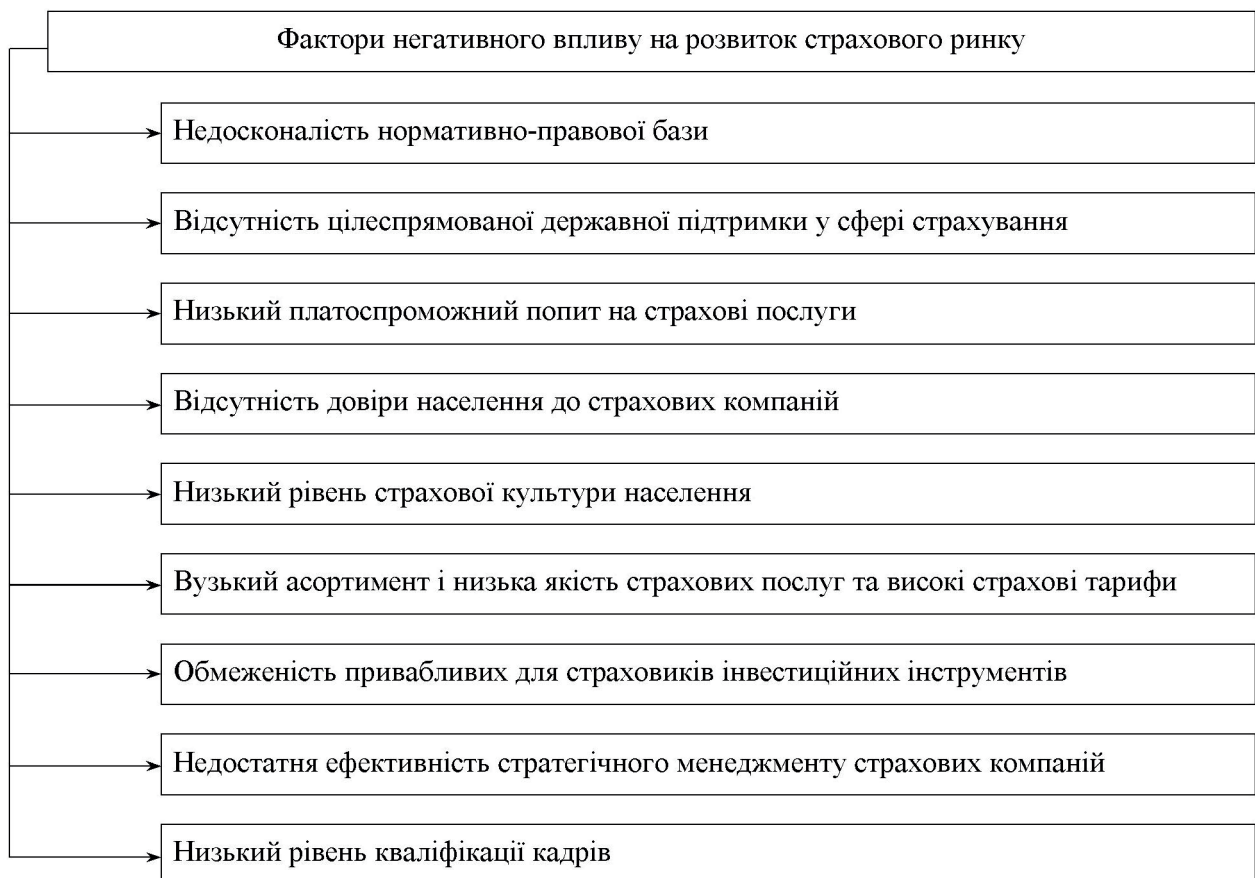


Рис. 1. Фактори впливу на страховий ринок (узагальнено автором на основі [1, 3, 6])

фоні дефіциту державного бюджету [2]. Окрім того, існує ряд факторів, які гальмують розвиток страхової діяльності та знижують її ефективність (рис. 1).

Окреслені вище проблеми страхового ринку України дозволяють визначити основні напрями та перспективи його розвитку, а саме:

- удосконалення системи правового забезпечення розвитку страхового ринку, державного регулювання і нагляду;
- забезпечення адаптації законодавства України у сфері страхування до законодавства Європейського Союзу;
- створення конкурентного середовища і вдосконалення організаційної структури страхового ринку;
- врахування тенденцій і особливостей розвитку страхових ринків розвинених країн;
- підвищення страхової культури та відновлення довіри до страхової галузі;
- підвищення рівня захисту прав споживачів страхових послуг і прозорості діяльності страхового ринку;
- створення системи гарантування страхових виплат за договорами страхування;
- сприяння розвитку страхового посередництва;
- забезпечення страхового ринку висококваліфікованими кадрами;
- введення постійного контролю за фінансовою діяльністю і станом страхових компаній тощо.

Отже, тільки за умови розв'язання проблем, які стримують нормальне функціонування страхового ринку, можливе пришвидшення його динамічного розвитку.

В умовах сучасного розвитку національної економіки страховий ринок сприяє формуванню ринкового фінансового середовища, активізує діяльність населення і підприємців у фінансовому секторі, сприяє зростанню якості соціального захисту та дозволяє мобілізувати значні фінансові ресурси для інвестиційних та інноваційних проектів. Дослідження стану страхового ринку підтверджує наявність серйозних перешкод, які гальмують розвиток страхової діяльності та знижують її ефективність. З метою покращення ситуації на страховому ринку необхідно реалізувати низку

заходів, спрямованих на розв'язання теоретичних і практичних проблем його розвитку й регулювання.

ЛІТЕРАТУРА

1. Деркач О. М. Фактори впливу на стан фінансової безпеки страхового ринку / О. М. Деркач // Бізнес-Інформ. – 2012. – № 6. – С. 187–190.

Derkach O. M. Faktory vplyvu na stan finansovoi bezpeky strakhovoho rynku / O. M. Derkach // Biznes-Inform. – 2012. – № 6. – S. 187–190.

2. Дьячкова Ю. М. Страховий ринок в умовах нестабільної економіки / Ю. М. Дьячкова // Вісник Донбаської державної машинобудівної академії. – 2014. – № 2 (33). – С. 172–176.

Diachkova Iu. M. Strakhovyi rynek v umovakh nestabilnoi ekonomiky / Iu. M. Diachkova // Visnyk Donbaskoi derzhavnoi mashynobudivnoi akademii. – 2014. – № 2 (33). – S. 172–176.

3. Зоря О. П. Страховий ринок України: стан, проблеми та перспективні напрями розвитку [Електронний ресурс] / О. П. Зоря, С. П. Зоря. – Режим доступу: file:///C:/Users/vostro/Downloads/Vsnau_2013_1_4%20(1).pdf. – Назва з екрана.

Zoria O. P. Strakhovyi rynek Ukrainy: stan, problemy ta perspektyvni napriamy rozvytku [Elektronnyi resurs] / O. P. Zoria, S. P. Zoria. – Rezhym dostupu: file:///C:/Users/vostro/Downloads/Vsnau_2013_1_4%20(1).pdf. – Nazva z ekrana.

4. Національна комісія з регулювання ринків фінансових послуг України [Електронний ресурс] : офіц. сайт. – Режим доступу: <http://www.dfp.gov.ua>. – Назва з екрана.

Natsionalna komisiia z rehulivannia ryнкiv finansovykh posluh Ukrainy [Elek-

- tronnyi resurs] : ofits. sait. – Rezhym dostupu: <http://www.dfp.gov.ua>. – Nazva z ekrana.
5. Про страхування Forinsurer [Електронний ресурс] : інтернет-журнал. – Режим доступу: <http://forinsurer.com>. – Назва з екрана.
- Pro strakhuvannia Forinsurer [Elektronnyi resurs] : internet-zhurnal. – Rezhym dostupu: <http://forinsurer.com>. – Nazva z ekrana.
6. Стенько Т. В. Сучасні тенденції на страховому ринку України / Т. В. Стенько // Управління розвитком. – 2013. – № 5 (145). – С. 173–175.
- Stenko T. V. Suchasni tendentsii na strakhovomu rynku Ukrainy / T. V. Stenko // Upravlinnia rozvytkom. – 2013. – № 5 (145). – S. 173–175.

Н. В. Михайлова, кандидат экономических наук (Высшее учебное заведение Укоопсоюза «Полтавский университет экономики и торговли»). **Современное состояние и тенденции развития страхового рынка Украины.**

Аннотация. В статье исследовано современное состояние страхового рынка Украины, определены основные тенденции и перспективы его развития.

Ключевые слова: страхование, страховой рынок, страховые компании, страховое покрытие, страховая премия, страховая выплата, страховая культура.

N. Mikhailova, Cand. Econ. Sci. (Poltava University of Economics and Trade). **Current status and development trends of the insurance market of Ukraine.**

Summary. The article investigates the current state of the insurance market in Ukraine, determined main trends and prospects of its development.

Keywords: insurance, insurance market, insurance company, insurance coverage, insurance premium, insurance payment, insurance culture.

УНІФІКАЦІЯ ФУНКЦІЙ ІНСТИТУТІВ СПІЛЬНОГО ІНВЕСТУВАННЯ

М. О. ДУДА

(Вищий навчальний заклад Укоопспілки
«Полтавський університет економіки і торгівлі»)

Анотація. У статті охарактеризовані різноманітні функції інститутів спільного інвестування (ІСІ), визначені науковцями. Надано власну класифікацію та перелік функцій цього суб'єкта фондового ринку.

Ключові слова: інститути спільного інвестування, функції ІСІ, загальні функції, спеціалізовані функції.

Входження України до Європейського Союзу сприятиме розвитку та становленню ефективного фондового ринку, який має можливість підвищити конкурентоспроможність вітчизняної економіки. Процес купівлі-продажу цінних паперів може бути забезпечений інститутами спільного інвестування, а саме корпоративними та пайовими інвестиційними фондами, які є одними з найактивніших учасників фондового ринку більшості європейських країн.

Дослідження, пов'язані з діяльністю інститутів спільного інвестування (ІСІ), актуальні в Україні на сучасному етапі, оскільки ІСІ мають значний потенціал, і за допомогою ефективною реалізації функцій яких можна досягти поштовху економічного розвитку фондовому ринку.

Вагомий внесок у визначення основних функцій ІСІ зробили такі вчені: О. М. Діба, О. О. Євтушенко, І. Б. Олексів, К. В. Клименко, Т. Б. Кублікова, І. Р. Шпакович та ін.

Проте питання переліку функцій саме інститутів спільного інвестування залишається все ще недостатньо вивченим, його потрібно ще досліджувати.

Мета статті – уніфікація визначених функцій ІСІ різними вітчизняними науковцями та формулювання власної класифікації.

Щоб розв'язати ці проблеми, ми поставили такі завдання:

1. Охарактеризувати різні функції ІСІ, визначених вітчизняними науковцями, вказати їх переваги й недоліки.

2. Уніфікувати погляди на функції ІСІ.

3. Здійснити формулювання власної класифікації та переліку головних функцій ІСІ.

В Україні на сучасному складному етапі ІСІ не досягли відповідного рівня піднесення, проте саме ці фінансові інститути можуть сприяти розвитку інвестиційних та інноваційних процесів за допомогою ефективною реалізації функцій цих суб'єктів фондового ринку. Тому необхідно розпочати з дослідження вже існуючих класифікаційних ознак і функцій ІСІ.

Основні функції ІСІ, за підходом К. В. Клименко [2] представлені 2 групами:

1) загальні, до яких зараховують:

- акумулювання (залучення) грошових коштів інвесторів з метою отримання прибутку від вкладення їх у цінні папери інших емітентів, корпоративні права та нерухомість;
- активізація механізмів трансформації заощаджень в інвестиції;
- регіональна трансформація капіталів збалансовує попит і пропозицію на фінансові ресурси у регіонах;
- зниження відсоткових ставок.

2) спеціальні, що включають в себе:

- економію на масштабах операцій;
- оптимізацію податкового навантаження інвестиційної діяльності;

- розв'язання проблеми ліквідності вкладень інвесторів залежно від типу інвестиційного фонду;
- подолання бар'єрів невизначеності;
- професійний відбір об'єктів інвестування, оскільки саме інвестиційні фонди нагромаджують і аналізують інформацію про потенційні об'єкти інвестування;
- диверсифікація активів і уникнення ризиків інвестування;
- управління економічними ризиками;
- контрольні функції;
- функції інформаційно-консультаційного характеру: інформаційне посередництво в прямій формі та інформаційне посередництво в непрямій (опосередкованій) формі;
- соціальні функції інститутів спільного інвестування [2].

Підхід К. В. Клименко досить розширений, на нашу думку, і деякі функції є ідентичними, наприклад, «диверсифікація активів та уникнення ризиків інвестування» та «управління економічними ризиками», ефективне управління буде включати диверсифікацію активів, за допомогою якої можна «уникнути» або «захистити активи інвесторів та мінімізувати такі ризики», тому ці функції можна об'єднати.

Контрольну функцію не в повній мірі можна зарахувати до функцій ІСІ, адже це, швидше за все, функції держави, оскільки «законодавчі обмеження» та «формування інвестиційного портфеля, залучення коштів, участі в операціях на фондовому ринку, контроль за діяльністю з управління активами», встановлені Законом України «Про інститути спільного інвестування» від 5 липня 2012 р.

Т. Б. Кублікова доцільно акцентує увагу на такій функції ІСІ як «відділення функцій управління від володіння ІСІ», визначаючи, що «у інвестиційних фондах функції з управління активами і підтримці життєдіяльності інвестиційного фонду делеговані власниками їх агентам в особі управляючої компанії» [3], тобто безпосереднє управління цінними паперами ІСІ здійснює компанія з управління активами.

Т. Б. Кублікова відзначає [3], що в інвестиційних фондах застосовуються дві моделі під-

тримки ліквідності, що випускаються ними, цінних паперів залежно від типу ІСІ.

Першу модель застосовують відкриті інвестиційні фонди, компанія з управління активами, які безпосередньо або через призначених ними агентів забезпечують погашення цінних паперів інвестиційного фонду за ціною погашення на першу вимогу власників цінних паперів. Для забезпечення ліквідності цінних паперів відкритих інвестиційних фондів використовується первинний ринок.

Друга модель застосовується для закритих інвестиційних фондів, і передбачає, що емітент цінних паперів закритого інвестиційного фонду не викупує випущені їм коштовні папери у їх власників. Ліквідність випущених ним цінних паперів забезпечується на вторинному ринку цінних паперів [3].

Для інтервальних інвестиційних фондів ліквідність цінних паперів також забезпечується на вторинному ринку, при цьому їх реалізацію забезпечують власники фінансових інструментів.

Функції «перерозподіл на взаємовигідних умовах грошових коштів підприємств із метою їх ефективнішого використання» та «вплив на грошовий обіг та прискорення обороту капіталу, що сприяє активізації економічних процесів», визначені О. М. Дибодою та О. О. Євтушенко, є дещо загальними, оскільки можуть бути застосовані і до інших суб'єктів господарювання, таких як, наприклад, банківські установи [1].

Уніфікація функцій ІСІ, визначених різними науковцями, приведена в табл. 1.

І. Б. Олексів та І. Р. Шпакович запропонували виокремити такі функції ІСІ [5]:

1) Загальносоціальна функція визначає напрям діяльності, спрямований на задоволення інтересів інвесторів.

2) Функція захисту інвесторів спрямована на захист персональних даних кожного вкладника. ІСІ в процесі своєї діяльності накопичують інформацію про вкладників і «зобов'язані забезпечити захист цих даних від незаконної оброблення, у тому числі від втрати, незаконного або випадкового знищення, а також від незаконного доступу до них» [4].

Таблиця 1

Уніфікація функцій ІСІ, (складено автором на основі [1–3, 5])

| Функції | Автори | | | |
|---|----------------------------------|--------------------|-------------------|------------------------------------|
| | О. М. Диба та О. О. Євтушенко | Т. Б. Кублікова | К. В. Клименко | І. Б. Олексів та І. Р. Шпакович |
| 1. Мобілізація засобів приватних інвесторів | + | + | + | |
| 2. Формування ринкових цін на цінні папери ІСІ; відділення функції управління від володіння власністю | | + | | |
| 3. Забезпечення ліквідності цінних паперів ІСІ | | + | + | |
| 4. Забезпечення розрахунків по операціях з цінними паперами ІСІ | | + | | |
| 5. Управління ризиками під час здійснення операцій із цінними паперами ІСІ | + | + | + | |
| 6. Операції, пов'язані з експортом-імпортом інвестиційних активів | + | | | |
| 7. Соціальна функція | | | + | + |
| 8. Захист інтересів інвесторів | | | | + |
| 9. Інформаційна функція | | | + | + |
| 10. Регулююча | | | | + |

3) Інформаційна функція – спрямована на організацію та забезпечення постійного доступу до інформаційної бази даних про діяльність інвестиційного фонду для державних органів (Національна комісія з цінних паперів та фондового ринку, Державна податкова служба, саморегулювальні організації). Таку функцію виокремлює і К. В. Клименко [2], проте вона має інший зміст і передбачає «продукування інформації щодо різноманітних можливостей вкладення коштів вкладниками шляхом проведення консультацій індивідуальних інвесторів з питань інвестування, різні види економічного аналізу можливих напрямів інвестування, видання різноманітних бюлетенів економічної інформації». Тому інформаційна функція ІСІ, охарактеризована К. В. Клименко та І. Б. Олексів, не тотожні.

4) Регулююча функція спрямована на зумовлене усунення певного фактора, який ви-

ник (наприклад: врегулювання взаємовідносин вкладників у разі конфлікту; ліквідація наслідків, спричинених невдалим інвестуванням) [5].

Підхід І. Б. Олексів та І. Р. Шпакович до виокремлення функцій ІСІ є дещо вузьким, оскільки він не виокремлює конкретних функцій щодо діяльності ІСІ на фондовому ринку, а лише передбачає, що ці інститути здійснюють «організацію та забезпечення постійного доступу до інформаційної бази даних про діяльність інвестиційного фонду для державних органів» і «захист персональних даних кожного вкладника».

Доречним є поділ функцій ІСІ К. В. Клименко на загальні та специфічні, проте необхідно додати, що вони розподіляються за сферами застосування, оскільки загальні застосовуються до інвестиційного ринку взагалі, а специфічні – до окремих фінансових операцій.

Узагальнюючи підходи науковців [1–3, 5], можна виокремити такі головні функції ІСІ залежно від сфер застосування:

1. Загальні:

- залучення інвестицій із різноманітних джерел фінансового забезпечення діяльності ІСІ для отримання прибутку за допомогою вкладення цього капіталу у випущені іншими емітентами цінні папери, корпоративні права та нерухомість;

- сприяння трансформації заощаджень населення в інвестиційні ресурси задля покращення інвестування, адже в умовах незначного припливу іноземного капіталу та дефіциту Державного бюджету України основним джерелом фінансового забезпечення діяльності є заощадження населення;

- формування ринкових цін на цінні папери в залежності від попиту та пропозиції;

- сприяння ліквідності цінних паперів.

2. Специфічні функції включають:

- соціальна функція, адже ІСІ можуть здійснювати діяльність не лише задля отримання економічного ефекту, а й для одержання соціального, наприклад, підвищення якості життя людей унаслідок соціальної інвестиційної діяльності та розширення ринку збуту фінансових активів і фінансових інструментів ІСІ;

- зниження ризику інвестування за допомогою диверсифікації фінансових вкладень у різні фінансові інструменти, тобто управління ризиками при здійсненні операцій із цінними паперами;

- підвищення інформованості населення щодо переваг вкладень в ІСІ та проведення консультацій інвесторів щодо здійснення вкладень у конкретні напрями інвестування.

Отже, за сферами застосування виокремлюємо такі види функцій:

1. Загальні: залучення інвестицій із різноманітних джерел фінансового забезпечення діяльності ІСІ; сприяння трансформації заощаджень населення в інвестиційні ресурси; формування ринкових цін на цінні папери в залежності від попиту та пропозиції; сприяння ліквідності цінних паперів.

2. Специфічні: соціальна функція; зниження ризику інвестування за допомогою диверсифікації фінансових вкладень у різні

фінансові інструменти; підвищення інформованості населення щодо переваг вкладень в ІСІ і проведення консультацій інвесторів щодо здійснення вкладень у конкретні напрями інвестування.

Наступним доцільним етапом нашого дослідження буде визначення основних джерел фінансового забезпечення функціонування ІСІ, які можна застосувати в сучасних складних умовах розвитку фондового ринку.

ЛІТЕРАТУРА

1. Диба О. М. Інститути спільного інвестування: світовий досвід і реалізація його в Україні / О. М. Диба, О. О. Євтушенко // Вісник кредитно-економічного факультету Київського національного економічного університету ім. Вадима Гетьмана. – 2011. – Вип. 2. – С. 33–40.

Dyba O. M. Instytutu spilnoho investuvannia: svitovyi dosvid i realizatsiia yoho v Ukraini / O. M. Dyba, O. O. Yevtushenko // Visnyk kredytno-ekonomichnoho fakultetu Kyivskoho natsionalnoho ekonomichnoho universytetu im. Vadyma Hetmana. – 2011. – Vyp. 2. – S. 33–40.

2. Клименко К. В. Інститути спільного інвестування: сутність, функції та місце в економічній системі [Електронний ресурс] / К. В. Клименко. – Режим доступу: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=1874>. – Назва з екрана. – Дата перегляду: 06.08.2015.

Klymenko K. V. Instytutu spilnoho investuvannia: sutnist, funktsii ta mistse v ekonomichnii systemi [Elektronnyi resurs] / K. V. Klymenko. – Rezhym dostupu: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=1874>. – Nazva z ekrana. – Data perehliadu: 06.08.2015.

3. Кублікова Т. Б. Основні функції ринку цінних паперів інститутів спільного інвестування / Т. Б. Кублікова // Вісник Криворізького економічного інституту КНЕУ. – 2009. – № 3 (19). – С. 89–92.

- Kublikova T. V. Osnovni funktsii rynku tsinykh paperiv instytutiv spilnoho investuvannia / T. V. Kublikova // Visnyk Kryvorizkoho ekonomichnoho instytutu KNEU. – 2009. – № 3 (19). – S. 89–92.
4. Про захист персональних даних : Закон України від 19 квітня 2014 р. № 1170-18 // Відомості Верховної Ради України. – 2014.
- Pro zakhyst personalnykh danykh : Zakon Ukrainy vid 19 kvitnia 2014 r. № 1170-18 // Vidomosti Verkhovnoi Rady Ukrainy. – 2014.
5. Олексів І. Б. Особливості функціонування інститутів спільного інвестування / І. Б. Олексів, І. Р. Шпакович // Науковий вісник НЛТУ України. – 2014. – Вип. 24.7 – С. 268–273.
- Oleksiv I. V. Osoblyvosti funktsionuvannia instytutiv spilnoho investuvannia / I. V. Oleksiv, I. R. Shpakovych // Naukovyi visnyk NLTU Ukrainy. – 2014. – Vyp. 24.7 – S. 268–273.

М. А. Дуда (Высшее учебное заведение Укоопсоюза «Полтавский университет экономики и торговли»). **Унификация функций институтов совместного инвестирования.**

Аннотация. В статье рассмотрены различные функции институтов совместного инвестирования (ИСИ), определенные учеными, и проведена их характеристика. Предоставлено собственную классификацию и перечень функций этого субъекта фондового рынка.

Ключевые слова: институты совместного инвестирования, функции ИСИ, общие функции, специфические функции.

M. Duda (Poltava University of Economics and Trade). **Unification features of collective investment institutions.**

Summary. The article describes the various functions of collective investment institutions (CII), by scientists and held their characteristics. Courtesy own classification and the functions of the entity the stock market.

Keywords: collective investment institutions, function of collective investment institutions, general function, specific functions.

ЧИННИКИ ФОРМУВАННЯ СИНТЕЗОВАНОГО КАПІТАЛУ НА РЕГІОНАЛЬНОМУ РІВНІ

Т. А. ВЛАСЕНКО

(Харківський національний економічний університет
імені Семена Кузнеця)

Анотація. Розвиток теорії синтезованого капіталу на сучасному етапі вимагає визначення факторів зовнішнього середовища, які впливають на його формування. Враховуючи складність цього поняття та різний рівень чинників зовнішнього середовища необхідно проводити його структурування. Мета статті – визначити групи факторів зовнішнього середовища різних рівнів, які впливають на формування синтезованого капіталу. Узагальнено чинники впливу на всі складові синтезованого капіталу: людський, інтелектуальний і соціальний. Визначено, що всю сукупність чинників зовнішнього середовища, які зумовлюють формування синтезованого капіталу, можна розподілена на три рівні, виокремивши конкретні групи: на рівні підприємства – соціально-економічні, технічні, науково-інноваційні, екологічні; на рівні регіону – соціальні, економічні, демографічні, екологічні та на рівні держави – соціальні, економічні, науково-інноваційні, культурно-освітні, правові, екологічні та політико-інституційні.

Ключові слова: синтезований капітал, людський капітал, інтелектуальний капітал, соціальний капітал, чинники зовнішнього середовища.

Оцінка впливу зовнішнього середовища передбачає попереднє визначення структури даного середовища відносно предмета дослідження та внутрішньої структури самого предмета, адже окремі його складові знаходяться під впливом різних чинників оточення, що й обумовлює характер і особливості його функціонування. Зазначимо, що зовнішні чинники по-різному впливають – як позитивно, так і негативно, що значно ускладнює розробку адекватного механізму адаптації до їх впливу та високого рівня динаміки. Необхідність проведення такого дослідження обумовлена складною природою синтезованого капіталу, який, як і будь-який інший вид капіталу формується та використовується в соціально-економічній системі на різних рівнях. Традиційно капітал у різних формах розглядаються на рівні підприємства та держави. Враховуючи те, що синтезований капітал включає людський, інтелектуальний і соціальний обмеженість детермінації капіталу лише мікро- та макрорівнем не дозволяє визначити особливості його формування та ефективного використання на всіх рівнях соціально-економічної системи.

Дослідженнями синтезованого капіталу наразі займаються такі науковці, як О. Амосов, М. Барка Зин, Н. Гавкалова, Т. Кайнова, Т. Камінська та ін. Людським капіталом займаються такі дослідники, як: В. Антонюк, Г. Беккер, В. Близнюк, Д. Богиня, О. Бородіна, О. Грішнова, М. Долішній, Е. Лібанова, А. Маршалл, Л. Михайлова, Дж. Мінцер, К. Маркс, У. Петті, А. Сміт, Т. Шульц, Л. Туроу, М. Фішер, та інші, інтелектуальним капіталом – Е. Брукінг, Н. Гавкалова, В. Іноземцев, О. Кендюхов, Д. Клейн, Б. Леонтєв, К. Мелам'юка, Л. Прусак, І. Роос, Т. Стюарт, К. Тейлор, А. Чухно та ін.; соціальним капіталом – Р. Барт, Г. Беккер, П. Бурдье, П. ді Маджіо, Б. Веллман, Дж.Л. Ганіфан, Н. Лін, Р. Патнем, М. Пелдем, А. де Токвіль, М. Шифф, Ф. Фукуяма, Дж. Якобс, та ін.

Мета статті – визначити групу факторів зовнішнього середовища різних рівнів, які впливають на формування синтезованого капіталу.

Людський капітал традиційно розглядають на рівні підприємств і окремої людини як безпосереднього носія цього капіталу. Інтелектуальний, який набув значної популярності

останнім часом, в економічній науці досліджується переважно на рівні підприємства, включаючи людський як джерело формування інтелектуального капіталу. Соціальний капітал, на відміну від попередніх, найбільш широко досліджується на лише економічною, але і соціологічною та психологічною науками та філософією, розглядається фактично на всіх рівнях суспільства. Отже, для отримання узагальненого бачення впливу зовнішнього середовища на формування та ефективне використання синтезованого капіталу важливо виокремити рівні формування синтезованого капіталу: нанорівень (рівень людини, окремої особистості), мікрорівень (підприємства), мезорівень (регіону, області) і макрорівень (держави).

Перш ніж визначити сукупність чинників, які впливають на формування та ефективне використання синтезованого капіталу, визначимо існуючі науково-теоретичні підходи відносно окремих його складових: людського, інтелектуального та соціального.

Історично першим в економічній науці виник людський капітал, теоретичне підґрунтя розвитку якого закладено у фундаментальних працях провідних учених-класиків світової економічної думки. Одним із основоположників наукового напрямку дослідження людського капіталу є О. А. Грішнова, яка пропонує таку класифікацію чинників відповідно до систем, де формується людський капітал: демографічні, соціальні, економічні та природні (серед яких виокремили дві підгрупи: чинники, які зумовлюють формування, підтримку та розвиток людського капіталу та чинники, які зумовлюють ефективність використання людського капіталу), організаційно-економічні, екологічні. Серед усіх зазначених чинників автор найбільшої вагомості надає рівню загальної та професійної освіти [1].

Останнім часом особливу увагу науковці приділяють не стільки дослідженню безпосередньо людського капіталу, скільки інвестиціям у нього. Наприклад, Н. М. Гвоздик визначає такі макроекономічні фактори розвитку вітчизняної економіки, які визначають умови формування, розвитку та ефективного використання людського капіталу, тобто є зо-

внішніми чинниками впливу на нього. До макроекономічних умов, які формують ефективність інвестицій у людський капітал, належать: забезпечення зростання вітчизняної економіки; подолання диспропорцій у розподілі людського капіталу на користь мегаполісів і великих наукових і промислових центрів; підтримання належного рівня робочих місць висококваліфікованої праці; упровадження інноваційної моделі вітчизняної економіки, формування попиту на інноваційну працю; забезпечення тісного взаємозв'язку між якістю робочої сили і винагородою за результати; формування в суспільній свідомості позитивного іміджу освіченості та професіоналізму; розповсюдження процесів неперервної освіти; забезпечення балансу між рівнем професійної підготовки, кількістю фахівців і потребами ринку праці; залучення соціальних інститутів до інвестування в людський капітал [2].

Дослідник Т. О. Петухова залежно від прийняття управлінських рішень розглядає керовані та некеровані фактори (мезорівня та макрорівня), що впливають на людський капітал. Відповідно, до керованих факторів зараховані виробничі, техніко-технологічні, фінансово-економічні, соціально-правові, психологічні, організаційно-управлінські, еколого-санітарні, інвестиційні, науково-інноваційні, інформаційно-методологічні. Окремо автор виділяє фактори, які впливають на його розвиток: це внутрішні (соціальні, економічні, технічні, екологічні, правові, науково-інноваційні, інтеграційні) та зовнішні чинники [3].

Д. С. Насипайко, досліджуючи відтворення людського капіталу, виокремлює тренди його розвитку на макроекономічному рівні, до яких належать: подальше погіршення кількісного відтворення людського капіталу через зростання смертності, скорочення народжуваності, розвиток міграційних процесів, до яких долучилася найбільш продуктивна частина населення; зниження темпів відтворення людського капіталу через вплив екологічно небезпечних факторів середовища та погіршення похідних від них показників стану здоров'я населення, а як найголовніший виокремлено низький рівень реальної заробітної плати [4].

Деякі науковці приділяють увагу дослідженню людського капіталу на окремому рівні. Наприклад, А. Я. Гадзало в процесі визначення регіонального людського капіталу зазначає, що він формується й розвивається під впливом особливостей регіону (економіко-географічного розташування, природних ресурсів, структури та спеціалізації господарств, екологічних, соціальних, культурних і економіко-технічних проблем, ролі в національному та міжнародному поділі праці) [5].

Н. В. Ушенко відповідно до формування, розвитку та використання людського капіталу виокремлює групи різноспрямованих чинників, а саме: законодавчо-правові, соціально-економічні, соціально-психологічні, демографічні, екологічні [6].

С. В. Позднякова в розробленому механізмі відтворення людського капіталу пропонує такі чинники його формування на рівні підприємства: професійна підготовка, підвищення кваліфікації, розвиток професійного досвіду та заохочення самоосвіти [7].

І. В. Дунаєв виокремлює чинники, що впливають на людський капітал, такі інституційні важелі державного впливу на розвиток людського капіталу: правові, економічні, адміністративні, науково-методичні, інформаційно-освітні [8].

О. А. Сливка пропонує такі чинники забезпечення людського розвитку регіону: соціальні (рівень загальної освіти та професійної підготовки населення, рівень культури, рівень соціальної інфраструктури території тощо); економічні (чинники, які напряму впливають на формування рівня життя населення та чинники, які впливають на можливості людського вибору у сфері самозабезпечення); демографічні (тривалість життя населення; статеві вікова структура; темпи природного приросту тощо); соціально-демографічні (стан здоров'я (захворюваності) населення, тривалість трудоактивного періоду життя, зовнішня і внутрішня міграція тощо); екологічні (загальний екологічний стан території, якість питної води та продуктів харчування тощо); політичні (соціально-політична стабільність у регіоні, рівень демократизації суспільства, захист прав і свобод людини, участь громадських органі-

зацій у формуванні політики розвитку регіону тощо) [9]. Отже, узагальнимо надані наукові підходи до виокремлення чинників впливу на формування людського капіталу на різних рівнях соціально-економічної системи у табл. 1.

Наступним за хронологією виникнення в економічній науці є інтелектуальний капітал. Отже, щоб визначити вплив факторів зовнішнього середовища на формування та ефективне використання синтезованого капіталу, необхідно дослідити чинники впливу на інтелектуальний капітал.

І. С. Іванова пропонує розглядати як основні такі фактори впливу на процес формування інтелектуального капіталу: законодавчо-правові, економічні, демографічні, соціальні, організаційно-технологічні [10].

О. В. Бервено пропонує такі ключові чинники зовнішнього середовища, які зумовлюють розвиток інтелектуального капіталу: освіта, наука (відтворення наукових шкіл і інтелектуальної наукової еліти), формування творчого потенціалу, охорона здоров'я і розвиток сфери культури [11]. Ці ж напрями в контексті стратегічного інвестиційного забезпечення формування людського капіталу розглядає О. П. Гузенко [12].

Н. Л. Гавкалова та Н. С. Маркова виокремлюють шість груп чинників інтелектуалізації людського капіталу підприємства: соціально-економічні, економічні, демографічні, соціально-демографічні, правові, екологічні [13], складові елементи яких представлені у табл. 2. Варто звернути увагу на те, що автор достатньо чітко, на відміну від попередників, виокремлює конкретні елементи кожної з групи чинників, що дозволяє оцінити їх вплив. Між іншим, деякі із наведених чинників належать до різних рівнів, що провокує подвійне врахування їх впливу: як безпосередньо на складову синтезованого капіталу, так і через вищий рівень, до якого він входить. Наприклад, правові чинники впливають виключно на людський та інтелектуальний капітал працівників підприємства (нанорівень), демографічні та соціально-демографічні формуються на регіональному рівні та впливають як на індивідуальний капітал (нанорівень), так і на сукупний капітал підприємства (мікрорівень).

Таблиця 1

Підходи до визначення чинників впливу на людський капітал

| Автор | Складова зовнішнього середовища | Чинники впливу зовнішнього середовища |
|----------------------|---|---|
| Н. М. Гвоздик [2] | Макроекономічні умови | Зростання вітчизняної економіки, подолання диспропорцій у розподілі людського капіталу, збереження існуючих і створення нових робочих місць висококваліфікованої праці, інноваційна модель розвитку вітчизняної економіки, формування попиту на інноваційну працю, забезпечення тісного взаємозв'язку між якістю робочої сили та рівнем доходів, формування в суспільній свідомості позитивного іміджу освіченості та професіоналізму, неперервна освіта, забезпечення відповідності професійної підготовки потребам ринку праці, залучення соціальних інститутів |
| Т. О. Петухова [3] | Внутрішні | Соціальні, економічні, технічні, екологічні, правові, науково-інноваційні, інтеграційні |
| | Зовнішні | Політичні, макроекономічні, демографічні |
| Д. С. Насипайко [4] | Середовище (макроумови) відтворення | Політика соціального захисту та соціального забезпечення, законодавче забезпечення, державна стратегія соціально-трудового партнерства, рівень розвиненості ринкових відносин, захист навколишнього середовища природокористування |
| | Демографічне підґрунтя | Екологічні умови, стан здоров'я, довголіття населення, якість і доступність медичного обслуговування, якість продуктів харчування, житлові умови, рівень культури, добробут, демографічна та міграційна політика держави, планування та прогнозування якості життя, програми підтримки сім'ї, виховання та навчання дітей, захисту материнства і дитинства |
| А. Я. Гадзало [5] | Фактори впливу на регіональний людський капітал | Економіко-географічного розташування, природних ресурсів, структури та спеціалізації господарств, екологічних, соціальних, культурних і економіко-технічних проблем, ролі в національному та міжнародному поділі праці |
| Н. В. Ушенко [6] | Соціально-економічні | ВВП на душу населення, рівень загальної освіти та професійної підготовки населення, стан здоров'я та культури, номінальні та реальні доходи населення, рівень інфляції, розміщення продуктивних сил за регіонами, рівень інноваційної активності господарських структур, рівень соціальної захищеності |
| | Соціально-демографічні | Чисельність економічно активного населення, розподіл населення за галузями та секторами економіки, чисельність зайнятого та безробітного населення, тривалість життя населення, тривалість трудоактивного періоду, статевовікова структура населення, міграційна мобільність населення |
| | Законодавчо-правові | Регулювання прав людини та людського розвитку, міграційних процесів, освітня сфера, охорона здоров'я, подолання бідності та майнового розшарування, соціально-трудові відносини |
| | Екологічні чинники | Загальний стан навколишнього природного середовища, якість питної води та продуктів харчування, природно-кліматичні умови, рекреаційні ресурси, санітарно-гігієнічні умови праці |
| | Соціально-психологічні | Соціальні норми, орієнтація на прийняті норми поведінки, домінуючі соціальні цінності, рівень соціальної напруги у суспільстві, вплив духовного виховання, соціальна цінність знань |
| С. В. Позднякова [7] | Фактори впливу на людський капітал підприємства | Професійна підготовка, підвищення кваліфікації, розвиток професійного досвіду та заохочення самоосвіти |
| І. В. Дунаєв [8] | Інституційні важелі | Правові, економічні, адміністративні, науково-методичні, інформаційно-освітні |

Така ж ситуація і з екологічними чинниками: деякі з них формуються на рівні підприємства і впливають на індивідуальний рівень синтезованого капіталу (нанорівень) – санітарно-гігієнічні умови праці, всі інші виникають на рівні регіону та впливають як безпосередньо на працівника (нанорівень), так і на сукупний людський капітал підприємства (мікрорівень). Отже, для повного визначення всіх наявних чинників, які впливають на формування та ефективне використання синтезованого капіталу, необхідно здійснити класифікацію чинників за рівнем їх виникнення (макро-, мезо-, мікро- та нано-) та встановити механізм їх впливу на відповідний рівень синтезованого капіталу.

О. В. Полуякова [14] до вищерозглянутих чинників пропонує додати такі: політично-інституційні (дотримання урядом і корпораціями курсу на інноваційно-інвестиційну модель, плани і програми структурної перебудови для стимулювання виробництва наукомісткої продукції; вдосконалення нормативно-правової бази, податкового законодавства в інноваційній сфері насамперед інституту інтелектуальної власності, лібералізація економічної діяльності, створення сприятливих умов для підприємництва та праці, державна підтримка інноваційно-орієнтованої підприємницької діяльності, зокрема венчурного бізнесу); економічні (мотивація банків і страхових компаній до інвестування кредитних у процес інноваційної інфраструктури; створення системи стимулів для суб'єктів науки і економіки до індивідуального і колективного просування нововведень); техніко-технологічні (інноваційні банки, технополіси, інноваційні біржі тощо); соціально-культурні (розбудова системи освіти). Узагальнення виокремлених чинників впливу на формування інтелектуального капіталу на різних рівнях соціально-економічної системи надано у вигляді табл. 2.

А. Г. Жарінова пропонує таку сукупність чинників, які впливають на процес формування інтелектуального капіталу: політико-правове середовище; екологічна обстановка; сфера діяльності підприємства; організаційно-правова форма підприємства; вибрана стратегія підприємства; взаємовідносини з

партнерами; місткість існуючого і потенційного ринків; імідж підприємства; наявність комунікаційних зв'язків із зовнішніми організаціями; ділова активність підприємства; фінансово-економічні чинники (наявність джерел фінансування); організаційно-методичне забезпечення управління, у тому числі рівень розвитку методичного забезпечення оцінювання вартісних показників інтелектуального капіталу та ефективності їх створення і використання; патентна чистота інтелектуального продукту; інформаційні чинники (наявність спеціалізованого програмного забезпечення, рівень організації внутрішньо-фірмового обміну інформацією); кадрові чинники (інтелектуальний потенціал кадрів, емоційно-психологічна сумісність учасників робочих груп); виробничо-економічні чинники (широта номенклатури продукції, обсяг виробництва); рівень наукомісткості продукції, її складності тощо [16]. На жаль, А. Г. Жаріноване приділяє увагу розмежуванню чинників за рівнем їх виникнення та характером впливу.

Останньою складовою за історичною послідовністю виникнення є соціальний капітал, що є найбільш дискусійною серед вітчизняних науковців. Економісти розглядають її переважно як структурну частину людського та інтелектуального капіталу, натомість представники соціологічної, психологічної та філософської наук розглядають досліджуване поняття самостійно з різних поглядів, що свідчить про багатогранність соціального капіталу та необхідність приділення уваги чинникам його формування та використання.

Н. С. Маркова пропонує такі чинники, що впливають на рівень соціального капіталу: розвиток мотиваційної складової персонального капіталу, величина соціального пакета і функціонування об'єктів соціальної культури з метою задоволення власних потреб персоналу та членів їх сімей, наявність згуртованого колективу та експертів, інформаційна доступність основних ресурсів підприємства, стан соціально-психологічної атмосфери у колективі, частота проведення навчальних програм (зокрема тренінгів) із поліпшення соціально-психологічної ситуації в колективі [13].

Таблиця 2

Підходи до визначення факторів впливу на інтелектуальний капітал

| Автор | Складова зовнішнього середовища | Чинники впливу зовнішнього середовища |
|---------------------------------------|---------------------------------|---|
| І. С. Іванова [10] | Законодавчо-правові | Освіта і наука, інноваційний розвиток, заробітна плата, інтелектуальна власність, доходи населення та його соціальний захист |
| | Економічні | Динаміка і структура ВВП країни, ВВП у розрахунку на одну особу, питома вага реалізованої інноваційної продукції в обсязі промислової, індекс зростання промислового виробництва, збитковість підприємств у промисловості, співвідношення інвестицій в основний капітал до витрат в інтелектуальний капітал |
| | Демографічні | Чисельність населення, його статевовікова структура, склад сімей, міграція |
| | Соціальні | Освіта, медичне забезпечення, реалізація знань, умінь, професіоналізму, рівні грошових доходів населення |
| | Організаційно-технологічні | Упровадження новітніх технологій у виробництво та розробку інтелектуальних продуктів і послуг |
| О. В. Брежнева-Єрмоленко [15] | Чинники державної політики | Економічні, інституційні та інтелектуально-інноваційні |
| О. В. Бервено, О. П. Гузенко [11, 12] | Чинники зовнішнього середовища | Освіта, наука (відтворення наукових шкіл і інтелектуальної наукової еліти), формування творчого потенціалу, охорона здоров'я і розвиток сфери культури |
| Н. Л. Гавкалова, Н. С. Маркова [13] | Соціально-економічні | Рівень загальної освіти та професійної підготовки населення, стан здоров'я та культури, система стимулювання праці, рівень розвитку соціальної інфраструктури підприємства, рівень техніко-економічного розвитку підприємства |
| | Економічні | Номінальні та реальні доходи населення, розподіл доходів за групами населення, доступність товарів і послуг, рівень інфляції, кредитно-фінансовий механізм, податкова система, розміщення продуктивних сил по території, рівень спеціалізації та кооперації виробництва, рівень розвитку зовнішньоекономічних зв'язків країни |
| | Демографічні | Чисельність населення, його статевовікова структура, темпи природного приросту населення, середня тривалість життя, міграційна рухомість населення |
| | Соціально-демографічні | Чисельність економічно активного населення, розподіл населення за галузями та секторами економіки, чисельність зайнятого та безробітного населення, його адміністративно-територіальний розподіл, тривалість трудоактивного періоду життя |
| | Правові | Законодавча база підприємства, соціально-трудова відносина між роботодавцями та найманими працівниками, правила поведінки всередині підприємства |
| | Екологічні | Загальний екологічний стан, якість питної води та продуктів харчування, природно-кліматичні умови, санітарно-гігієнічні умови праці, рекреаційні ресурси |
| О. В. Полуяктова [14] | Політично-інституційні | Дотримання урядом і корпораціями курсу на інноваційно-інвестиційну модель, плани і програми структурної перебудови для стимулювання виробництва наукомісткої продукції, вдосконалення нормативно-правової бази, податкового законодавства в інноваційній сфері насамперед інституту інтелектуальної власності, лібералізація економічної діяльності, створення сприятливих умов для підприємництва та праці, державна підтримка інноваційно-орієнтованої підприємницької діяльності, зокрема венчурного бізнесу |
| | Економічні | Мотивація банків і страхових компаній до інвестування у процес створення інноваційної інфраструктури, системи стимулів для суб'єктів науки і економіки до індивідуального і колективного просування нововведень |
| | Техніко-технологічні | Інноваційні банки, технополіси, інноваційні біржі тощо |
| | Соціально-культурні | Розбудова системи освіти |

Є. С. Драгомірова пропонує такі фактори, що впливають на формування соціального капіталу: соціально-демографічні (інститут сім'ї, чисельність населення та його структура, процес урбанізації), соціально-економічні (основні соціально-економічні показ-

ники, оплата праці, девальвація національної валюти, інвестиції у освіту), інтеграційні та інформатизації суспільства [17]. Підбиваючи підсумок під вищенаведеними підходами було узагальнено чинники впливу на окремі складові синтезованого капіталу (табл. 3).

Таблиця 3

Групування факторів формування та ефективного використання синтезованого капіталу за рівнями їх виникнення

| Рівні | Групи | Фактори |
|--------------|-----------------------|--|
| Підприємство | Соціально-економічні | Соціальна інфраструктура підприємства, соціальний пакет, функціонування об'єктів соціально-культурного побуту, неперервна освіта, професійна підготовка, підвищення кваліфікації, система стимулювання праці, стан соціально-психологічної атмосфери у колективі |
| | Технічні | Рівень техніко-економічного розвитку, інформаційні мережі та комунікації, інформаційна доступність основних ресурсів |
| | Науково-інноваційні | Упровадження новітніх технологій у виробництво та розробку інтелектуальних продуктів і послуг |
| | Екологічні | Санітарно-гігієнічні умови праці |
| Регіон | Соціальні | Медичне обслуговування, якість продуктів харчування, житлові умови, тривалість життя населення, система закладів культури регіону, процес урбанізації |
| | Економічні | Економіко-географічне розташування (розміщення продуктивних сил за регіонами), структура і спеціалізація регіону, номінальні та реальні доходи населення, рівень інфляції, рівень інноваційної активності господарських структур, кредитно-фінансовий механізм, рівень розвитку зовнішньоекономічних зв'язків регіону, розподіл доходів за групами населення, доступність товарів і послуг |
| | Демографічні | Чисельність економічно активного населення, міграційна мобільність населення, розподіл населення за галузями та секторами економіки, чисельність зайнятого та безробітного населення, його адміністративно-територіальний розподіл, тривалість трудоактивного періоду життя |
| | Екологічні | Якість питної води та продуктів харчування, природно-кліматичні умови |
| Держава | Соціальні | Соціальний захист, охорона здоров'я |
| | Економічні | Податкова система, лібералізація економічної діяльності, |
| | Науково-інноваційні | Державна підтримка інноваційно-орієнтованої підприємницької діяльності, зокрема венчурного бізнесу, мотивація банків і страхових компаній до інвестування у процес створення інноваційної інфраструктури |
| | Культурно-освітні | Рівень загальної освіти та професійної підготовки населення, наука (відтворення наукових шкіл і інтелектуальної наукової еліти) |
| | Правові | Регулювання прав людини та людського розвитку, міграційних процесів, охорона здоров'я, подолання бідності та майнового розшарування, соціально-трудова відносини, інноваційного розвитку, заробітної плати, інтелектуальної власності, доходів населення та його соціального захисту |
| Держава | Екологічні | Загальний стан навколишнього природного середовища, рекреаційні ресурси |
| | Політико-інституційні | Соціально-політична стабільність у регіоні, рівень демократизації суспільства, захист прав і свобод людини, участь громадських організацій у формуванні політики розвитку регіону, плани і програми структурної перебудови для стимулювання виробництва наукомісткої продукції, підтримка індивідуального і колективного просування нововведень |

Отже, на основі проведеного дослідження було визначено, що всю сукупність чинників зовнішнього середовища, які зумовлюють формування синтезованого капіталу, можна розподілити на три рівні з виокремленням конкретних груп: на рівні підприємства – соціально-економічні, технічні, науково-інноваційні; екологічні: на рівні регіону – соціальні, економічні, демографічні, екологічні; на рівні держави – соціальні, економічні, науково-інноваційні, культурно-освітні, правові, екологічні та політико-інституційні.

ЛІТЕРАТУРА

- Грішнова О. А. Формування людського капіталу в системі освіти і професійної підготовки : автореф. дис. ... д-ра екон. наук: спец. 08.09.01 / О. А. Грішнова ; НАН України, Рада з вивчення продуктивних сил України. – Київ, 2002. – 36 с.

Hrishnova O. A. Formuvannia liudskoho kapitalu v systemi osvity i profesiinoi pidhotovky : avtoref. dys. ... d-ra ekon. nauk: spets. 08.09.01 / O. A. Hrishnova ; NAN Ukrainy; Rada z vuvchennia produktyvnykh syl Ukrainy. – Kyiv, 2002. – 36 s.
- Гвоздик Н. М. Ефективність інвестицій в людський капітал на підприємствах : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук : спец. 08.00.07 / Н. М. Гвоздик ; НАН України, Ін-т демографії та соц. дослідж. ім. М. В. Птухи. – Київ, 2011. – 20 с.

Hvozdyk N. M. Efektyvnist investytsii v liudskuy kapital na pidpriemstvakh : avtoref. dys. na zdobuttia nauk. stupenia kand. ekon. nauk : spets. 08.00.07 / N. M. Hvozdyk ; NAN Ukrainy, In-t demohrafii ta sots. doslidzh. im. M. V. Ptukhy. – Kyiv, 2011. – 20 s.
- Петухова Т. О. Оцінка людського капіталу підприємств залізничного транспорту : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук : спец. 08.00.04 / Т. О. Петухова ;

Ukr. derzh. akad. zaliznychnoho transportu. – Kharkiv, 2011. – 21 s.
- Насипайко Д. С. Відтворення людського капіталу в контексті впливу на розвиток економіки : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук : спец. 08.00.07 / Д. С. Насипайко ; НАН України, Рада з вивчення продуктивних сил України. – Київ, 2010. – 20 с.

Nasyaiko D. S. Vidtvorennia liudskoho kapitalu v konteksti vplyvu na rozvytok ekonomiky : avtoref. dys. na zdobuttia nauk. stupenia kand. ekon. nauk : spets. 08.00.07 / D. S. Nasyaiko ; NAN Ukrainy, Rada z vuvchennia produktyvnykh syl Ukrainy. – Kyiv, 2010. – 20 s.
- Гадзало А. Я. Формування та використання людського капіталу в аграрній сфері регіону України : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук : спец. 08.00.03 / А. Я. Гадзало ; Білоцерків. нац. аграр. ун-т. – Біла Церква, 2010. – 20 с.

Hadzalo A. Ia. Formuvannia ta vykorystannia liudskohokapitalu v ahrarnii sferi rehionu Ukrainy : avtoref. dys. na zdobuttia nauk. stupenia kand. ekon. nauk : spets. 08.00.03 / A. Ia. Hadzalo ; Bilotserkiv. nats. ahrar. un-t. – Bila Tserkva, 2010. – 20 s.
- Ушенко Н. В. Науково-методологічні основи державного регулювання відтворення людського капіталу України : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня д-ра екон. наук: спец. 08.00.03 / Н. В. Ушенко ; Науково-дослідний екон. ін-т. – Київ, 2009. – 30 с.

Ushenko N. V. Naukovo-metodolohichni osnovy derzhavnoho rehulivannia vidtvorennia liudskoho kapitalu Ukrainy : avtoref. dys.

- na zdobuttia nauk. stupenia d-ra ekon. nauk: spets. 08.00.03 / N. V. Ushenko ; Naukovo-doslidnyi ekon. in-t. – Kyiv, 2009. – 30 s.
7. Позднякова С. В. Удосконалення системи оцінки нагромадження людського капіталу на промислових підприємствах : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук: 08.00.07 / С. В. Позднякова ; НАН України, Ін-т економіко-правових досліджень. – Донецьк, 2009. – 20 с.

Pozdniakova S. V. Udoskonalennia systemy otsinky nahromadzhennia liudskoho kapitalu na promyslovykh pidpriemstvakh : avtoref. dys. na zdobuttia nauk. stupenia kand. ekon. nauk: 08.00.07 / S. V. Pozdniakova ; NAN Ukrainy, In-t ekonomiko-pravovykh doslidzhen. – Donetsk, 2009. – 20 s.
 8. Дунаєв І. В. Механізми державного регулювання розвитку людського капіталу : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. наук з держ. упр.: спец. 25.00.02 / І. В. Дунаєв ; Нац. акад. держ. упр. при Президенті України, Харк. регіон. ін-т держ. упр. – Харків, 2008. – 20 с.

Dunaiev I. V. Mekhanizmy derzhavnoho rehuliuвання rozvytku liudskoho kapitalu : avtoref. dys. na zdobuttia nauk. stupenia kand. nauk z derzh. upr.: spets. 25.00.02 / I. V. Dunaiev ; Nats. akad. derzh. upr. pry Prezidentovi Ukrainy, Khark. rehion. in-t derzh. upr. – Kharkiv, 2008. – 20 s.
 9. Сливка О. А. Вдосконалення системи забезпечення людського розвитку в регіонах України : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук: спец. 08.00.07 / О. А. Сливка ; ДВНЗ «Київ. нац. екон. ун-т ім. Вадима Гетьмана». – Київ, 2014. – 20 с.

Slyvka O. A. Vdoskonalennia systemy zabezpechennia liudskoho rozvytku v rehionakh Ukrainy : avtoref. dys. na zdobuttia nauk. stupenia kand. ekon. nauk: spets. 08.00.07 / O. A. Slyvka ; DVNZ «Kyiv. nats. ekon. un-t im. Vadyma Hetmana». – Kyiv, 2014. – 20 s.
 10. Іванова І. С. Організаційно-економічний механізм формування інтелектуального капіталу : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук: спец. 08.00.03 / І. С. Іванова ; М-во екон. розвитку і торгівлі України. – Київ, 2012. – 19 с.

Ivanova I. S. Orhanizatsiino-ekonomichnyi mekhanizm formuvannia intelektualnoho kapitalu : avtoref. dys. na zdobuttia nauk. stupenia kand. ekon. nauk: spets. 08.00.03 / I. S. Ivanova ; M-vo ekon. rozvytku i torhivli Ukrainy. – Kyiv, 2012. – 19 s.
 11. Бервено О. В. Інтелектуальний капітал: економічний зміст і особливості формування в транзитивному суспільстві : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук: спец. 08.01.01 / О. В. Бервено ; Харк. нац. ун-т ім. В. Н. Каразіна. – Харків, 2002. – 19 с.

Berveno O. V. Intelektualnyi kapital: ekonomichnyi zmist i osoblyvosti formuvannia v tranzytyvnomu suspilstvi : avtoref. dys. na zdobuttia nauk. stupenia kand. ekon. nauk: spets. 08.01.01 / O. V. Berveno ; Khark. nats. un-t im. V. N. Karazina. – Kharkiv, 2002. – 19 s.
 12. Гузенко О. П. Стратегічні напрями інвестиційного забезпечення формування людського капіталу : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук: спец. 08.00.03 / О. П. Гузенко ; Класичний приват. ун-т. – Запоріжжя, 2011. – 20 с.

Huzenko O. P. Stratehichni napriamy investytsiinoho zabezpechennia formuvannia liudskoho kapitalu : avtoref. dys. na zdobuttia nauk. stupenia kand. ekon. nauk: spets. 08.00.03 / O. P. Huzenko ; Kласичnyi pryvat. un-t. – Zaporizhzhia, 2011. – 20 s.
 13. Гавкалова Н. Л. Формування та використання інтелектуального капіталу : наукове видання / Н. Л. Гавкалова, Н. С. Маркова. – Харків : Вид. ХНЕУ, 2006. – 284 с.

Havkalova N. L. Formuvannia ta vykorystannia intelektualnoho kapitalu : naukove vy-

- dannia / N. L. Havkalova, N. S. Markova. – Kharkiv : Vyd. KhNEU, 2006. – 284 s.
14. Полуяктова О. В. Интеллектуальний капітал в економіці України : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук: спец. 08.00.01 / О. В. Полуяктова ; Львів. нац. ун-т ім. Івана Франка. – Львів, 2008. – 20 с.
- Poluiaktova O. V. Intelektualnyi kapital v ekonomitsi Ukrainy : avtoref. dys. na zdobuttia nauk. stupenia kand. ekon. nauk: spets. 08.00.01 / O. V. Poluiaktova ; Lviv. nats. un-t im. Ivana Franka. – Lviv, 2008. – 20 s.
15. Брежнева-Єрмоленко О. В. Интеллектуальный капитал как фактор формирования новой экономики : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук: спец. 08.00.01 / О. В. Брежнева-Єрмоленко ; Харк. нац. ун-т ім. В. Н. Каразіна. – Харків, 2012. – 16 с.
- Brezhnieva-Iermolenko O. V. Intelektualnyi kapital yak faktor formuvannia novoi ekonomiky : avtoref. dys. na zdobuttia nauk. stupenia kand. ekon. nauk: spets. 08.00.01 / O. V. Brezhnieva-Iermolenko ; Khark. nats. un-t im. V. N. Karazina. – Kharkiv, 2012. – 16 s.
16. Жарінова А. Г. Методологія управління інтелектуальним капіталом в умовах становлення інформаційної економіки : [монографія] / А. Г. Жарінова. – Київ : Нічлава, 2013. – 324 с.
- Zharinova A. H. Metodolohiia upravlinnia intelektualnym kapitalom v umovakh stanovlennia informatsiinoi ekonomiky : [monohrafiia] / A. H. Zharinova. – Kyiv : Nichlava, 2013. – 324 s.
17. Драгомірова Є. С. Формування соціального капіталу на державному і регіональному рівнях : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук: спец. 08.00.07 / Є. С. Драгомірова ; Донец. держ. ун-т упр. – Донецьк, 2010. – 20 с.
- Drahomirova Ie. S. Formuvannia sotsialnoho kapitalu na derzhavnomu i rehionalnomu rivniakh : avtoref. dys. na zdobuttia nauk. stupenia kand. ekon. nauk: spets. 08.00.07 / Ie. S. Drahomirova ; Donets. derzh. un-t upr. – Donetsk, 2010. – 20 s.

Т. А. Власенко (Харьковский национальный экономический университет имени Семена Кузнецца). **Факторы формирования синтезированного капитала на региональном уровне.**

Аннотация. Развитие теории синтезированного капитала на современном этапе требует определения факторов внешней среды, влияющих на его формирование. Учитывая сложность данного понятия и разный уровень факторов внешней среды, необходимо проводить его структурирование. Цель статьи – определение групп факторов внешней среды различных уровней, которые влияют на формирование синтезированного капитала. Обобщены факторы влияния на все составляющие синтезированного капитала: человеческий, интеллектуальный и социальный. Определено, что всю совокупность факторов внешней среды, которые обуславливают формирование синтезированного капитала, можно разделить на три уровня, выделяем конкретные группы: на уровне предприятия – социально-экономические, технические, научно-инновационные, экологические; на уровне региона – социальные, экономические, демографические, экологические; и на уровне государства – социальные, экономические, научно-инновационные, культурно-образовательные, правовые, экологические и политико-институциональные.

Ключевые слова: синтезированный капитал, человеческий капитал, интеллектуальный капитал, социальный капитал, факторы внешней среды.

T. Vlasenko (Simon Kuznets Kharkiv National University of Economics). **Factors of formation of synthesized capital at the regional level.**

Summary. *Development of the theory synthesized capital at the present stage requires the determination of environmental factors influencing its formation. Given the complexity of this concept and different levels of environmental factors necessary to carry out its structuring. Identification of environmental factors at various levels, which affect the formation of the synthesized capital. Generalized factors of influence on all the components of the synthesized capital: human, intellectual and social. It is determined that the entire set of environmental factors that determine the formation of the synthesized capital can be divided into three levels with the release of specific groups at the enterprise level – socio-economic, technical, scientific innovation, environmental; at the regional level – social, economic, demographic, environmental; and at the state level – social, economic, scientific, innovative, cultural, educational, legal, environmental, political and institutional.*

Keywords: *synthesized capital, human capital, intellectual capital, social capital and environmental factors.*

IV. БУХГАЛТЕРСЬКИЙ ОБЛІК І АУДИТ

УДК 657.1

ОБЛІК І ОПОДАТКУВАННЯ ОПЕРАЦІЙ ІЗ ЕЛЕКТРОННИМИ ГРОШИМА В УКРАЇНІ

В. А. КУЛИК, кандидат економічних наук
(Вищий навчальний заклад Укоопспілки
«Полтавський університет економіки і торгівлі»)

Анотація. *Сьогодні все більше уваги приділяється сучасним системам платежів, включаючи платежі, що здійснюються за допомогою електронних грошей. При цьому особливу увагу слід приділяти проблемам бухгалтерського обліку електронних грошей. Мета статті – розкрити проблеми бухгалтерського обліку господарських операцій, які відображають рух електронних грошей і визначити способи їх розв'язання. Більшість популярних у світі систем електронних грошей є нелегальними в Україні. Українські підприємства, що здійснюють транзакції з використанням електронних грошей стикаються з низкою обмежень, тобто ці проблеми уповільнюють розвиток ринку електронних грошей в Україні. Отже, гармонізація національного законодавства, що регламентує обіг електронних грошей в Україні з міжнародним є обов'язковою умовою розвитку ринку електронних грошей в Україні.*

Ключові слова: бухгалтерський облік, електронні гроші, ринок електронних грошей.

Розвиток інформаційних технологій, постійне зростання кількості користувачів всесвітньої мережі Інтернет, збільшення частки інтернет-торгівлі та бажання усіх учасників ринку скоротити час на проведення розрахунків – усе це стало передумовами виникнення нових засобів платежу, одним із видів яких є електронні гроші.

Проблеми використання інформаційних технологій у бізнесі та особливості відображення господарських операцій в обліку в умовах застосування мережевих технологій порушуються у працях М. М. Бенько, С. В. Івахненко, А. С. Крутової, В. О. Осмятченко, А. В. Янчева. Аналіз економічної літератури

засвідчив, що дослідженнями в галузі обліку операцій з електронними грошима займалися П. М. Сенищ, В. М. Кравець, В. І. Міщенко, О. О. Махаєва, В. В. Крилова, О. М. Ширко, І. М. Вигівська, В. С. Семйон та ряд інших вітчизняних науковців.

Мета статті – визначити місце електронних грошей серед інших засобів платежу, що використовують підприємства та висвітлити облікові проблеми, що виникають у суб'єктів господарювання під час використання електронних грошей.

Основними нормативно-правовими актами, що регулюють випуск і використання електронних грошей в Україні, є Закон України «Про

платіжні системи та переказ коштів в Україні» та Положенні про електронні гроші в Україні № 481 від 04.11.2010 р.

Відповідно до зазначеного Закону, електронні гроші – це одиниці вартості, які зберігаються на електронному пристрої, приймаються як засіб платежу іншими особами, ніж особа, яка їх випускає, і є грошовим зобов'язанням цієї особи, що виконується в готівковій або безготівковій формі.

Правове визначення електронних грошей для країн ЄС міститься в Директиві 2000/46/ЄС про започаткування та здійснення діяльності установами – емітентами електронних грошей, відповідно до якої «Електронні гроші – грошова вартість, яка є вимогою до емітента і яка: (i) зберігається на електронному пристрої; (ii) емітується під час отримання грошових коштів у вартісному розмірі не меншому, ніж емітована грошова вартість; (iii) приймається як засіб платежу підприємствами, іншими ніж емітент».

Водночас електронні гроші не є повною мірою повноцінним платіжним засобом в Україні, оскільки чинним законодавством передбачено, що лише гривня є єдиним законним платіжним засобом на території України. Листом Національного банку України № 25-112/6750 від 07.06.2013 р. підтверджено, що електронні гроші не можуть бути прирівняні до статусу гривні, оскільки їх випускають банки і мають обмеження в поширенні та здійсненні операцій по них серед обмеженого кола осіб. Отже, згідно з українським законодавством, електронні гроші мають подвійну природу: з одного боку, вони є засобом платежу, який існує тільки в електронному вигляді, а саме як запис у спеціалізованих електронних системах (але не можуть бути прирівняні до статусу гривні), а з іншого – зобов'язанням емітента, яке має підкріплюватися гривнею.

Також, на законодавчому рівні встановлено, що:

- випуск електронних грошей може здійснювати виключно банк;
- випуск електронних грошей здійснюється шляхом їх надання користувачам або комерційним агентам в обмін на готівкові або безготівкові кошти;

- банк має право випускати електронні гроші на суму, яка не перевищує суму отриманих ним грошових коштів;

- банк, що здійснює випуск електронних грошей, зобов'язаний погашати випущені ним електронні гроші на вимогу користувача;

- порядок здійснення операцій із електронними грошима та максимальна сума електронних грошей на електронному пристрої, що є в розпорядженні користувача, визначаються нормативно-правовими актами Національного банку України.

Відповідно до вимог Положення про електронні гроші в Україні, затвердженого постановою Правління Національного банку України від 04.11.2010 р. № 481 (зі змінами, внесеними постановою Правління Національного банку України від 19 червня 2014 р. № 378):

- банк, що має намір здійснювати випуск електронних грошей, зобов'язаний до початку випуску електронних грошей узгодити з Національним банком України правила використання електронних грошей в Україні;

- банк, що є членом/учасником міжнародної платіжної системи і внесений Національним банком України до Реєстру платіжних систем, систем розрахунків, учасників цих систем і операторів послуг платіжної інфраструктури та має намір здійснювати випуск електронних грошей на території України з використанням цієї міжнародної платіжної системи, зобов'язаний узгодити з Національним банком України правила використання електронних грошей до здійснення випуску електронних грошей.

Перелік банків, які мають право здійснювати випуск електронних грошей згідно з законодавством України та платіжних систем, що можуть бути використані, наведено у табл. 1.

Найбільш відомими та задіяними у розрахункових операціях в мережі Інтернет є: Webmoney, RBK Money, Яндекс. Деньги, Інтернет. Деньги, E-Gold, PayPal, LiqPay, Z-Payment, Assist, EasyPay, Moneymail, INO Card, ICQMoney, CyberPlat, E-Port, E-pay, Ukash, Portmone, Fethard, враховуючи дані табл. 1, зауважимо, що більшість із найпопулярніших у світі платіжних систем в Україні не легітимні.

Таблиця 1

Перелік банків, які мають право здійснювати випуск електронних грошей згідно із законодавством України

| № з/п | Найменування банку | Найменування електронних грошей/ найменування платіжної системи, з використанням якої здійснюються операції з електронними грошима |
|-------|---------------------------------|--|
| 1 | ПАТ «АЛЬФА-БАНК» | «Максі», MasterCard, Visa |
| 2 | ПУАТ «ФІДОБАНК» | «MoneXy», MasterCard, Visa |
| 3 | ПАТ «ОКСІ БАНК» | НСМЕП |
| 4 | ПАТ АКБ «ЛЬВІВ» | НСМЕП |
| 5 | ПОЛІКОМБАНК | НСМЕП |
| 6 | ПАТ «КБ „ХРЕЩАТИК”» | НСМЕП |
| 7 | АБ «ЕКСПРЕС-БАНК» | НСМЕП |
| 8 | ПАТ «КРЕДИТВЕСТ БАНК» | НСМЕП |
| 9 | АТ «КІБ» | НСМЕП |
| 10 | ПАТ «МІБ» | НСМЕП |
| 11 | ПАТ «БАНК МИХАЙЛІВСЬКИЙ» | НСМЕП, MasterCard, Visa |
| 12 | АТ «Ощадбанк» | «ГлобалМані», MasterCard, Visa |
| 13 | ПАТ КБ «ПРИВАТБАНК» | MasterCard |
| 14 | АБ «Південний» | Visa |
| 15 | ПАБ «АСТРА БАНК» | Visa |
| 16 | ПАТ «ПЕРШИЙ ІНВЕСТИЦІЙНИЙ БАНК» | MasterCard, Visa |
| 17 | ПАТ «БАНК ВОСТОК» | MasterCard, Visa |
| 18 | ПАТ «БАНК ФОРВАРД» | MasterCard, Visa |
| 19 | ПАТ «БАНК «ЮНІСОН» | MasterCard |
| 20 | ПАТ «УКРСОЦБАНК» | MasterCard, Visa |
| 21 | ПАТ «БАНК НАРОДНИЙ КАПІТАЛ» | «WebMoney.UA» |
| 22 | ПАТ «БАНК КРЕДИТ ДНІПРО» | «WebMoney.UA» |

Погоджуючись із думкою Ю. Янюка, зазначимо, що «велику частину на міжнародному фінансовому ринку займають міжнародні платіжні системи, засновані компаніями-нерезидентами, юрисдикція яких містить ліберальніші регуляторні вимоги, ніж в Україні. З огляду на можливості Інтернету, такі системи можуть досить ефективно функціонувати поза межами юрисдикції України, що створює перешкоди для українських компаній у цьому сегменті та погіршує конкурентні можливості вітчизняних підприємств на міжнародному ринку» [1].

Вибір конкретного виду електронних грошей і (або) платіжної системи залежить від ба-

гатьох факторів: чи здійснюються розрахунки в межах однієї країни, чи пов'язані із зовнішньоекономічною діяльністю суб'єкта господарювання; наявність пунктів поповнення рахунків електронних грошей (електронних гаманців) і пунктів обміну умовних одиниць тієї чи іншої платіжної системи; зручність користування, наявність служби підтримки, швидкість реагування розробників системи на виникнення збоїв процедури розрахунків та інші [2].

Проте використання електронних грошей як засобу платежу на сучасному етапі розвитку економіки безперечно має більше переваг, ніж недоліків.

До переваг використання електронних грошей зараховують: високий ступінь анонімності, можливість здійснення міжнародних розрахунків, високий рівень безпеки під час здійснення платежів, миттєвість оплати, швидкість отримання даних про рух грошових потоків в електронному вигляді, безвідкличність платежу, скорочення витрат на проведення розрахункових операцій, зручний та цілодобоводоступний сервіс, можливість переказувати малі суми («мікроплатежі»).

До недоліків розрахунків електронними грошима можна зарахувати значні, порівняно із комісією банку, витрати на конвертацію електронних грошей у готівку; ризики шахрайства; зберігання грошей власників гаманців на рахунках юридичних осіб; недосконале чинне законодавство, згідно із вимогами якого здійснювати розрахунки електронними грошима може обмежена кількість суб'єктів господарювання; сума грошей на електронному гаманці є лімітованою.

Зазвичай, компанії-оператори платіжних систем зберігають гроші власників електронних гаманців на своїх рахунках у банках. Оскільки це не внески громадян, а рахунки юридичних осіб, то у банках на них не поширюється дія системи страхування внесків. І якщо банк втратить ліцензію, одержати ці гроші навряд чи вдасться. Компанії-оператори платіжних систем вибирають найбільш великі та надійні банки. Імовірність втрати такими банками ліцензії й навіть зупинки платежів дуже низька. Однак, наприклад, серйозно зменшити максимальну суму зняття грошей з електронного гаманця банк, загалом, може [3].

Відповідно до Положення про електронні гроші № 481 від 04.11.2010 р., емітент зобов'язаний визначати суму електронних грошей на електронному пристрої, що є в розпорядженні користувача, з урахуванням таких вимог:

- сума електронних грошей на електронному пристрої, який не може поповнюватися, не повинна перевищувати 4000 грн;
- сума електронних грошей на електронному пристрої, який може поповнюватися, не повинна перевищувати 14000 грн.

Користувачі мають право використовувати електронні гроші для здійснення розрахунків за допомогою електронного пристрою, який поповнюється і перебуває в розпорядженні користувача на суму до 62 тис. грн протягом календарного року. До розрахунку цієї суми не включаються електронні гроші, погашені на вимогу користувача протягом календарного року.

Недосконалість нормативно-правового регулювання обліку та оподаткування операцій із електронними грошима стосується таких питань:

- формування та узагальнення інформації про електронні гроші за субрахунками другого порядку та в аналітичному обліку;
- оподаткування операцій, пов'язаних із використанням електронних грошей, у тому числі суб'єктами господарювання, що сплачують єдиний податок.

Відповідно до Інструкції про застосування Плану рахунків бухгалтерського обліку активів, капіталу, зобов'язань і господарських операцій підприємств і організацій, електронні гроші – одиниці вартості, які зберігаються на електронному пристрої, приймаються як засіб платежу іншими особами, ніж особа, яка їх випускає, і є грошовим зобов'язанням цієї особи, що виконується в готівковій або безготівковій формі. При цьому з метою бухгалтерського обліку не визнаються електронними грошима наперед оплачені картки одноцільового використання: дисконтні картки торговців, картки автозаправних станцій, квитки для проїзду в міському транспорті тощо, які приймаються як засіб платежу виключно їх емітентами.

Облік електронних грошей ведеться на субрахунку 335 «Електронні гроші, номіновані в національній валюті» відображаються операції з електронними грошима, які здійснюють комерційні агенти та користувачі, відповідно до нормативно-правових актів Національного банку України та правил використання електронних грошей, узгоджених із Національним банком України.

При безпосередньому придбанні товару за допомоги картки з використанням електронних грошей застосовується субрахунок під-

звітних осіб 372, згідно з Інструкцією про застосування Плану рахунків, рахунки 30, 31, 33 не кореспондують із рахунками 2-го класу, рахунок 33 не кореспондує із рахунком 64, щоб відобразити ПДВ або сплату податків. Отже, суттєво обмежено використання субрахунку 335 [4].

Також слід передбачити можливість ведення на підприємстві аналітичного обліку за такими напрямками: за обраною платіжною системою (наприклад, WebMoney – система миттєвих інтернет-розрахунків), за умовною валютою електронного гаманця (наприклад, відповідно до системи WebMoneyTransfer: U – кошелёк – WMU (гривня), R-кошелёк – WMR (російський рубль), Z-кошелёк – WMZ (долар США), E-кошелёк – WME (євро), B-кошелёк – WMB (білоруський рубль), G-кошелёк – WMG (золото) [5].

Отже, впровадження субрахунку 335 «Електронні гроші, номіновані в національній валюті» повністю, не вирішило суперечностей щодо обліку електронних грошей.

Щодо особливостей оподаткування суб'єктів господарювання, що знаходяться на єдиному податку та бажають використовувати електронні гроші, варто зазначити, що згідно зі ст. 291 ПКУ платники єдиного податку повинні здійснювати розрахунки за товари (роботи, послуги) виключно у грошовій формі (готівковій та/або безготівковій), також єдиноплатникам заборонені бартерні розрахунки та розрахунки із використанням векселів. Враховуючи те, що електронні гроші наразі не є жодною із дозволених форм розрахунків, їх використання є нелегітимним. З огляду на це, фізичні особи – платники єдиного податку не можуть здійснювати розрахунки за товари (роботи, послуги) через електронні платіжні системи. У разі ж використання платником єдиного податку у своїй діяльності електронних грошей, він зобов'язаний сплачувати податок за ставкою 15 %. Водночас у Стратегії розвитку інформаційного суспільства в Україні одним із пріоритетних напрямів розвитку держави до 2020 р. визначено розвиток електронної економіки, що дозволяє сподіватися, що в майбутньому ці законодавчі обмеження будуть усунені.

Проблеми можливих зловживань із електронними грошима розглядає Е. Бобров [6], автор дослідження наводить приклад ситуації, коли отримані суб'єктом господарювання електронні гроші не оприбутковуються у банківській установі та автоматично перестають бути об'єктом оподаткування. Також Е. Бобров зазначає, що «електронні гаманці поки що не контролюються податковими органами, відповідно, поки що не може бути жодних претензій з їх боку щодо напрямів використання електронних грошей та, відповідно, їх оподаткування у повному обсязі, як було описано вище. Навіть якщо податкові органи отримають інформацію про електронний гаманець, то це їм нічого не дасть, оскільки «страждає» нормативно-доказова база».

Отже, в Україні необхідно усунути неврегульовані питання щодо обігу електронних грошей, доступу до ринку емітентів різних форм власності, проведення розрахунків електронними грошима між фізичними, юридичними особами, державними органами, поширення розрахунків електронними грошима найбільш використовуваних у світі платіжних систем. Вищевказані зміни прискорять розвиток електронної комерції та приведення законодавства України у відповідність до директив Європейського Союзу, забезпечать рівні умови конкуренції та скасування надмірних бар'єрів щодо початку діяльності на ринку електронних грошей. Обмеження для використання електронних грошей усіма суб'єктами господарювання стримують розвиток електронних платежів, ділової активності суб'єктів ринку, зручності та мобільності ведення бізнесу.

ЛІТЕРАТУРА

1. Янюк Ю. Електронні гроші в Україні / Ю. Янюк // Юридична Газета. – 2013. – № 35–36. – С. 32 – 33.
Yaniuk Iu. Elektronni hroshi v Ukraini / Iu. Yaniuk // Yurydychna Hazeta. – 2013. – № 35–36. – S. 32 – 33.
2. Радченко М. А. Особливості відображення електронних грошей в обліку / М. А. Рад-

- ченко // Науковий вісник Ужгородського університету. Серія: Економіка. – 2015. – Вип. 1 (45). – Т. 2. – С. 121–124.
- Radchenko M. A. Osoblyvosti vidobrazhennia elektronnykh hroshei v obliku / M. A. Radchenko // Naukovyi visnyk Uzhhorodskoho universytetu. Serii: Ekonomika. – 2015. – Vyp. 1 (45). – T. 2. – S. 121–124.
3. Цветкова Н. Електронні гроші, їх переваги та недоліки [Електронний ресурс] / Н. Цветкова. – Режим доступу: http://www.uфин.com.ua/analit_mat/poradnyk/105.htm. – Назва з екрана. – Станом на 30.11.2015.
- Tsvietkova N. Elektronni hroshei, yikh perevahy ta nedoliky [Elektronnyi resurs] / N. Tsvetkova. – Rezhym dostupu: http://www.uфин.com.ua/analit_mat/poradnyk/105.htm. – Nazva z ekrana. – Stanom na 30.11.2015.
4. Шпирко О. М. Електронні гроші як об'єкт бухгалтерського обліку підприємства / О. М. Шпирко // Науковий вісник Ужгородського університету. Серія: Економіка. – 2014. – Вип. 1 (42). – С. 197–200.
- Shpyrko O. M. Elektronni hroshei yak ob'iekt bukhgalterskoho obliku pidpriemstva /
- O. M. Shpyrko // Naukovyi visnyk Uzhhorodskoho universytetu. Serii: Ekonomika. – 2014. – Vyp. 1 (42). – S. 197–200.
5. Гончарук М. О. Специфіка облікового відображення електронних грошей [Електронний ресурс] / М. О. Гончарук. – Режим доступу: <http://eztuir.ztu.edu.ua/2668/1/3.pdf/>. – Назва з екрана. – Станом на 30.11.2015.
- Honcharuk M. O. Spetsyfika oblikovoho vidobrazhennia elektronnykh hroshei [Elektronnyi resurs] / M. O. Honcharuk. – Rezhym dostupu: <http://eztuir.ztu.edu.ua/2668/1/3.pdf/>. – Nazva z ekrana. – Stanom na 30.11.2015.
6. Бобров Е. Електронні гроші + єдиний податок = український «податковий рай» [Електронний ресурс] / Е. Бобров. – Режим доступу: <http://pro-u4ot.info/index.php?section=browse&CatID=228&ArtID=772/>. – Назва з екрана. – Станом на 30.11.2015.
- Bobrov E. Elektronni hroshei + yedynyi podatok = ukrainskyi «podatkovyi rai» [Elektronnyi resurs] / E. Bobrov. – Rezhym dostupu: <http://pro-u4ot.info/index.php?section=browse&CatID=228&ArtID=772/>. – Nazva z ekrana. – Stanom na 30.11.2015.

В. А. Кулик, кандидат экономических наук (Высшее учебное заведение Укоопсоюза «Полтавский университет экономики и торговли»). **Учет и налогообложение операций с электронными деньгами в Украине.**

Аннотация. Сегодня все больше внимания уделяется современным системам платежей, включая платежи, осуществляемые с помощью электронных денег. При этом особое внимание следует уделять проблемам бухгалтерского учета электронных денег. Цель статьи – раскрытие проблем учета хозяйственных операций, отображающих движение электронных денег и предложение путей их решения. Большинство наиболее популярных в мире систем электронных денег являются нелегальными в Украине. Украинские предприятия, осуществляющие транзакции с использованием электронных денег, сталкиваются с рядом ограничений. Представленные проблемы замедляют развитие рынка электронных денег в Украине. Таким образом, гармонизация национального законодательства, регламентирующего обращение электронных денег в Украине, с международным является обязательным условием развития рынка электронных денег в Украине.

Ключевые слова: бухгалтерский учет, электронные деньги, рынок электронных денег.

V. Kulyk, Cand. Econ. Sci. (Poltava University of Economics and Trade). **Accounting and taxation of operations with e-money in Ukraine.**

Summary. Nowadays, more and more attention is paid to the development of modern payment systems, such as e-money. Particular attention should be paid to accounting transactions with e-money. **Aims and Objectives:** Disclosure issues connected with e-money accounting offering their solutions. The most popular international e-money systems are illegal in Ukraine. The majority of Ukrainian enterprises has significant limitations in e-money transactions. These problems slow down e-money development in Ukraine. The harmonization of national legislation in e-money with international one is an obvious condition of e-money market development in Ukraine.

Keywords: accounting, e-money, e-money market.

НАУКОВИЙ ВІСНИК

Полтавського університету
економіки і торгівлі

Збірник

Полтавський університет економіки і торгівлі є правонаступником
Полтавського університету споживчої кооперації України від 29 березня 2010 р.
згідно з Наказом Міністерства освіти і науки України № 253.

Постановою Президії ВАК України від 10 лютого 2010 р. № 1-05/1
«Науковий вісник ПУСКУ» внесено до «Переліку наукових фахових видань,
у яких можуть публікуватися результати дисертаційних робіт на здобуття
наукового ступеня доктора і кандидата наук» (Бюлетень ВАК № 3 від 2010 р.).

Свідоцтво про державну реєстрацію серії «Економічні науки»
КВ № 17165-5935 ПР видане 12.10.2010 р. Міністерством юстиції України.

Формат 60×84/8. Ум. друк. арк. – 30,7. Наклад: 300 пр. Зам. № 475

Видавець і виготовлювач
Вищий навчальний заклад Укоопспілки
«Полтавський університет економіки і торгівлі»

Свідоцтво про внесення до Державного реєстру видавців, виготівників
і розповсюджувачів видавничої продукції ДК № 3827 від 08.07.2010 р.
