

ISSN 2415-8801

# Інтелект

## XXI

№1 2016

УДК 005.336.4

НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ХАРЧОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ  
ГО «ІНСТИТУТ ПРОБЛЕМ КОНКУРЕНЦІЇ»

**№ 1** НАУКОВИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ ЖУРНАЛ «ІНТЕЛЕКТ ХХІ»  
**2016** Заснований у 2010 році. Виходить 6 раз на рік.  
Регістраційне свідоцтво КВ № 19206-9006 ПР від 05.07.2012 р.

Журнал внесено до списку друкованих періодичних видань, що входять до переліку наукових фахових видань України (економічні науки) (Підстава: наказ №41 Міністерства освіти і науки України від 17.01.2014 р.)

Присвоєно Міжнародний стандартний серійний номер (International Standard Serial Number) ISSN 2415-8801 16.02.2016 р.

Засновники і видавці: Національний університет харчових технологій  
ГО «Інститут проблем конкуренції»

**РЕДАКЦІЙНА КОЛЕГІЯ:**

Гуткевич Світлана Олександрівна	- головний редактор доктор економічних наук, професор
Бернат Томаш	- доктор, професор (Польща)
Бутнік-Сіверський Олександр Борисович	- доктор економічних наук, професор
Єрмошенко Микола Миколайович	- доктор економічних наук, професор, заслужений діяч науки і техніки України
Киричок Петро Олексійович	- доктор технічних наук, професор
Корінько Микола Данилович	- доктор економічних наук, професор
Мусіна Аміна Аміржанівна	- доктор економічних наук, професор (Казахстан)
Оніщенко Ірина Григорівна	- доктор політичних наук, професор
Парсяк Володимир Нікіфорович	- доктор економічних наук, професор, заслужений діяч науки і техніки України
Руденко-Сударєва Лариса Володимирівна	- доктор економічних наук, професор
Сафонов Юрій Миколайович	- доктор економічних наук, професор
Сологуб Олена Петрівна	- доктор економічних наук, професор
Федулова Ірина Валентинівна	- доктор економічних наук, професор
Юреніснє Віргінія	- доктор, професор (Литва)
Солоха Дмитро Володимирович	- відповідальний секретар доктор економічних наук, доцент

Мова видання: українська, російська, англійська

Програмні цілі видання: розвиток науки і освіти, популяризація економічних знань, формування економічного типу мислення, інформування наукового середовища про сучасні дослідження та розробки в сфері економіки

Відповідальність за точність поданих фактів, цитат, цифр і прізвищ несуть автори матеріалів

Редакційна колегія матеріали не повертає

Редакційна колегія не завжди поділяє думку авторів

У разі передруку посилання на журнал «Інтелект ХХІ» обов'язково

Адреса наукового журналу «Інтелект ХХІ»:

<http://intelligence.org.ua>

E-mail: [intelekt21@mail.ru](mailto:intelekt21@mail.ru)

Технічний секретар – Дунда С.П., к.е.н., доц.

Офіційний сайт <http://intelligence.org.ua>

Підписано до друку 05.03.2016 р. Формат 70x100 <sup>1</sup>/<sub>16</sub>. Папір офсетний.

Друк офсетний. Обл. вид. арк. 6,63. Ум. др. арк. 5,9.

Тираж 100 прим. Замовлення № 16-608

Друк з оригінал-макету НТУУ «КПІ» ВПК «Політехніка»

Свідоцтво ДК № 1665 від 28.01.2004 р.

03056, м. Київ, вул. Політехнічна, 14, корп. 15. Тел. (044) 406-81-7

ISSN 2415-8801

# Інтелект

## XXI

№1 2016

**ІНТЕЛЕКТ ХХІ**  
**НАУКОВИЙ ЖУРНАЛ**

*№ 1'2016*

**З М І С Т**

***I. СВІТОВА ЕКОНОМІКА ТА МІЖНАРОДНІ ВІДНОСИНИ***

<b>Гужва І. Ю.</b> Державне регулювання платіжним балансом в системі зовнішньоторговельної політики України .....	7
<b>Пугачов В. М., Пугачова К. М.</b> Розвиток зовнішньої торгівлі в умовах митних обмежень .....	15

***II. НАЦІОНАЛЬНА ЕКОНОМІКА***

<b>Драган А. Д.</b> Системний підхід до формування цінової політики підприємства м'ясопереробної галузі .....	22
<b>Сас О. О., Сас І. С.</b> Економічна концентрація та структури управління в агропромислових формуваннях України .....	31

***III. ІНВЕСТИЦІЙНО-ІННОВАЦІЙНА ДІЯЛЬНІСТЬ***

<b>Петухова О. М.</b> Інвестиційне забезпечення розвитку молокопереробних підприємств .....	39
<b>Пріб К. А.</b> Індикатори відтворення основних засобів у сільськогосподарських підприємствах .....	46
<b>Ткаченко Ю. В.</b> Поняття капіталізації активів території .....	54
<b>Ткачук С.В., Стахурська С.А.</b> Інноваційні маркетингові підходи в сфері гостинності .....	62
<b>Шевченко Ю. А.</b> Сутність міжнародного інвестування ТНК .....	68

***IV. БІЗНЕС ТА ІНТЕЛЕКТУАЛЬНИЙ КАПІТАЛ***

<b>Андрієнко В. М., Кобко Р. В.</b> Роль страхування у мінімізації впливу загроз на економічну безпеку суб'єктів господарської діяльності .....	76
<b>Гончарова К. Г.</b> Особливості оцінки рівня ділової репутації топ-менеджменту банку в банківських установах України, як складової економічної безпеки банку .....	83

***V. ЕКОЛОГІЧНІ ПРОБЛЕМИ***

<b>Гільорме Т. В.</b> Формування механізму просування енергозберігаючих технологій на засадах концепції стейкхолдерів .....	90
--	----

***ІНФОРМАЦІЯ*** 98

**ИНТЕЛЛЕКТ XXI**  
**НАУЧНЫЙ ЖУРНАЛ**

*№ 1'2016*

---

**СОДЕРЖАНИЕ**

---

***I. МИРОВАЯ ЭКОНОМИКА И МЕЖДУНАРОДНЫЕ ОТНОШЕНИЯ***

<b>Гужва И. Ю.</b> Государственное регулирование платежным балансом в системе внешнеторговой политики Украины .....	7
<b>Пугачев В. Н., Пугачева Е. Н.</b> Развитие внешней торговли в условиях таможенных ограничений .....	15

---

***II. НАЦИОНАЛЬНАЯ ЭКОНОМИКА***

<b>Драган А. Д.</b> Системный подход к формированию ценовой политики предприятий мясоперерабатывающей отрасли .....	22
<b>Сас А. А., Сас И. С.</b> Экономическая концентрация и структуры управления в агропромышленных формированиях Украины .....	31

---

***III. ИНВЕСТИЦИОННО-ИННОВАЦИОННАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ***

<b>Петухова О. М.</b> Инвестиционное обеспечение развития молокоперерабатывающих предприятий .....	39
<b>Приб К.</b> Индикаторы воспроизводства основных средств в сельскохозяйственных предприятиях .....	46
<b>Ткаченко Ю. В.</b> Понятие капитализации активов территории .....	54
<b>Ткачук С.В., Стахурская С.А.</b> Инновационные маркетинговые подходы в сфере гостеприимства .....	62
<b>Шевченко Ю. А.</b> Сущность международного инвестирования ТНК .....	68

---

***IV. БИЗНЕС И ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНЫЙ КАПИТАЛ***

<b>Андриенко В. Н., Кобко Р. В.</b> Роль страхования в минимизации влияния угроз на экономическую безопасность субъектов хозяйственной деятельности .....	76
<b>Гончарова К. Г.</b> Особенности оценки уровня деловой репутации топ- менеджмента банка в банковских учреждениях Украины , как составляющей экономической безопасности банка .....	83

---

***V. ЭКОЛОГИЧЕСКИЕ ПРОБЛЕМЫ***

<b>Гильорме Т. В.</b> Формирование механизма продвижения энергосберегающих технологий на основе концепции стейкхолдеров .....	90
--	----

---

***ИНФОРМАЦИЯ*** 98

**INTELLIGENCE XXI**  
**S C I E N T I F I C J O U R N A L**

*№ 1 2016*

---

**CONTENT**

---

***I. WORLD ECONOMY AND INTERNATIONAL RELATIONS***

<b>Guzhva I.</b> State regulation of balance of payments in the system of foreign trade policy of Ukraine .....	7
<b>Pugachov V., Pugachova K.</b> Development of foreign trade in conditions of tariff barriers .....	15

---

***II. NATIONAL ECONOMY***

<b>Dragan A.</b> Systematic approach to pricing policies of enterprises of meat industry .....	22
<b>Sas O., Sas I.</b> Economic concentration and management structures in agro-industrial formations of Ukraine	31

---

***III. INVESTMENT-INNOVATIVE ACTIVITY***

<b>Pietukhova O.</b> Investment support of development of milk processing enterprises .....	39
<b>Prib K.</b> Indicators of reproduction of fixed assets in the agricultural enterprises .....	46
<b>Tkachenko Y.</b> Concept of capitalization territorial assets .....	54
<b>Tkatchuk S., Stakhurska S.</b> The innovative marketing approaches in the sphere of hospitality .....	62
<b>Shevchenko Y.</b> The core concepts of international investment of MNCS .....	68

---

***IV. BUSINESS AND INTELLECTUAL CAPITAL***

<b>Andrienko V., Kobko R.</b> The role of insurance in minimize the impact of threats on the economic security of business entity .....	76
<b>Honcharova K.</b> Features assessing the level of business reputation of the bank's top management in banks Ukraine, as part of the bank's economic security .....	83

---

***V. ECOLOGICAL PROBLEMS***

<b>Gil'orme T.</b> Formation of mechanism of promoting energy efficiency technologies on the basis of stakeholder concept .....	90
--	----

---

***INFORMATION***

98

---

УДК 339.5.053

Гужва І. Ю.,  
к.е.н., в. о. ректора,  
Український державний університет фінансів  
та міжнародної торгівлі, м. Київ

### ДЕРЖАВНЕ РЕГУЛЮВАННЯ ПЛАТІЖНИМ БАЛАНСОМ В СИСТЕМІ ЗОВНІШНЬОТОРГОВЕЛЬНОЇ ПОЛІТИКИ УКРАЇНИ

*В статті розкрито сутність платіжного балансу як інструменту макроекономічного аналізу. Сформульовано роль та значення торгового балансу як основної складової платіжного балансу країни. Проаналізовано механізми державного регулювання платіжного балансу в контексті реалізації зовнішньоторговельної та фінансово-економічної політики країни. Охарактеризовано структуру та динаміку торгового балансу України. Визначено основні фактори, які впливають на рівновагу платіжного балансу. Розкрито механізми СОТ щодо забезпечення рівноваги платіжного балансу. Проаналізовано досвід України у використанні положень статті XII ГАТТ «Обмеження для збереження платіжного балансу». Обґрунтовано заходи з вдосконалення вітчизняної практики застосування інструментів торговельної політики для урівноваження платіжного балансу.*

*Ключові слова:* платіжний баланс, торговий баланс, сальдо, державне регулювання, Світова організація торгівлі, імпорتنний збір.

### ГОСУДАРСТВЕННОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ ПЛАТЕЖНЫМ БАЛАНСОМ В СИСТЕМЕ ВНЕШНЕТОРГОВОЙ ПОЛИТИКИ УКРАИНЫ

Гужва И. Ю.

*В статье раскрыта сущность платежного баланса как инструмента макроекономического анализа. Сформулированы роль и значение торгового баланса как основной составляющей платежного баланса страны. Проанализированы механизмы государственного регулирования платежного баланса в контексте реализации внешнеторговой и финансово-экономической политики страны. Охарактеризовано структуру и динамику торгового баланса Украины. Определены основные факторы, которые влияют на равновесие платежного баланса. Раскрыты механизмы ВТО по обеспечению равновесия платежного баланса. Проанализирован опыт Украины в использовании положений статьи XII ГАТТ «Ограничения для сохранения платежного баланса». Обоснованы меры по совершенствованию отечественной практики применения инструментов торговой политики для уравнивания платежного баланса.*

*Ключевые слова:* платежный баланс, торговый баланс, сальдо, государственное регулирование, Всемирная торговая организация, импортный сбор.

STATE REGULATION OF BALANCE OF PAYMENTS IN THE SYSTEM OF  
FOREIGN TRADE POLICY OF UKRAINE

Guzhva I.

*The article deals with the essence of the balance of payments as a tool of macroeconomic analysis. The role and importance of the trade balance as the main component of the balance of payments are formulized. The government of each country has to consider the mechanism of interrelation of macroeconomic indicators in open economy when developing economic policy. Mechanisms of balance of payments in the context of foreign trade and economic and financial policy are analyzed. Structure and dynamics of the trade balance of Ukraine are characterized. The main factors that affect the balance of payments are identified. WTO mechanisms to ensure the balance of payments are revealed. Ukraine's experience in the use of Article XII of GATT "Restrictions to Safeguard the Balance of Payments" is analyzed. Measures to improve the national practice of trade policy instruments application to regulate the balance of payments are grounded. Mechanisms of a foreign trade policy take an important place in system of state regulation of the balance of payments. Its positive dynamics is the main criterion of efficiency of formation by the state of the mode of trade and economic cooperation of national business with foreign partners.*

**Keywords:** balance of payments, trade balance, surplus, government regulation, World Trade Organization, import duty.

**Постановка проблеми.** При розробці економічної політики уряд кожної країни не може не враховувати механізм взаємозв'язку макроекономічних показників у відкритій економіці. При цьому, перш за все, мають бути визначені та виміряні основні макроекономічні змінні, що характеризують участь країни в міжнародному обміні товарами, послугами і капіталом, а потім побудована макроекономічна модель, що описує взаємозв'язки цих змінних. За допомогою такої моделі можна проаналізувати, як впливає на потоки товарів, послуг і капіталів економічна політика, що проводиться в окремій країні та інших країнах. Основою для такого макроекономічного аналізу є платіжний баланс країни. Особливої актуальності платіжний баланс набуває у зв'язку з тим, що його сприятливі показники є кінцевою метою та головним критерієм оцінки ефективності реалізації, в тому числі, зовнішньоторговельної політики держави.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Дослідженню проблем державного регулювання платіжного балансу присвячено наукові доробки багатьох вітчизняних вчених-економістів, зокрема В. О. Шевчука [1], О. І. Черняка [2], Т. Г. Савченка [3], С. А. Ніколайчука [4], А. М. Христенко [5] та ін. Однак особливостям впливу зовнішньоторговельної політики на рівновагу і динаміку платіжного в науковій літературі досі приділено недостатню увагу, що обумовлює необхідність подальших досліджень.

**Мета статті** – дослідити механізми державного регулювання платіжного балансу в контексті формування та реалізації зовнішньоторговельної політики, а також запропонувати заходи з вдосконалення вітчизняної практики застосування інструментів зовнішньоторговельної політики для урівноваження платіжного балансу.



**Основні результати дослідження.** Платіжний баланс – це вартісне вираження всього комплексу макроекономічних зв'язків країни у формі співвідношення надходження грошових коштів і платежів внаслідок здійснення зовнішньоекономічних операцій країни, її участі в світовому господарстві. За формою складання платіжний баланс визначається як статистичний звіт, у якому в систематизованому вигляді наведено сумарні дані про зовнішньоекономічні операції резидентів певної країни з резидентами інших країн (нерезидентами) за певний період [6].

У складі платіжного балансу відкритої економічної системи можна виділити такі розділи: торговельний баланс, баланс послуг і некомерційних платежів, баланс доходів, баланс трансфертів, баланс руху капіталів і кредитів, баланс руху резервних активів. З огляду на обраний напрям дослідження, звернемо особливу увагу на перші два розділи, які безпосередньо пов'язані з міжнародною торгівлею, і проаналізуємо динаміку показників вітчизняного платіжного балансу за цими розділами.

Так, показники зовнішньої торгівлі традиційно посідають важливе місце у платіжному балансі. Співвідношення вартості експорту й імпорту товарів утворює торговельний баланс. Стан торговельного балансу відображає ступінь залежності країни від зовнішніх ринків. Якщо експорт перевищує імпорт, то сальдо торгового балансу додатне. І навпаки, якщо імпорт перевищує експорт, то сальдо торговельного балансу від'ємне. Торговельний баланс з додатним сальдо називають активним, а з від'ємним сальдо – пасивним.

Економічне значення активу або дефіциту торговельного балансу стосовно конкретної країни залежить від її становища у світовому господарстві, характеру її зв'язків із партнерами і загальної економічної політики. Для країн, що відстають від лідерів за рівнем економічного розвитку, активний торговельний баланс необхідний як джерело валютних коштів для оплати імпорту ліцензій, доходів від іноземних інвестицій та інших міжнародних зобов'язань. Пасивний торговельний баланс вважається небажаним і, зазвичай, оцінюється як ознака слабкості світогосподарських позицій країни. Це відноситься до країн, що розвиваються, які відчувають нестачу валютних надходжень. Для економічно розвинених країн пасивний торговельний баланс може мати інше значення.

У свою чергу, баланс послуг включає платежі й надходження за трьома основними компонентами: транспорт, подорожі та інші послуги. Транспортні послуги включають перевезення пасажирів і вантажів, а також інші послуги, що виконуються морським, повітряним та іншими видами транспорту. Подорожі охоплюють товари та послуги, що були придбані приїжджими, якщо тривалість їхнього перебування в країні не перевищує одного року. Інші послуги охоплюють послуги зв'язку, будівельні, страхові, фінансові, комп'ютерні та інформаційні послуги, роялті та ліцензійні послуги, послуги реклами та маркетингу, наукові та конструкторські розробки, інші ділові послуги, а також урядові послуги, що не включені до інших категорій.

Аналіз позицій України у світовому господарстві на основі дослідження показників окреслених розділів платіжного балансу свідчить про неефективну інтеграцію вітчизняної економіки у світовий ринок товарів і послуг (табл. 1).

Починаючи з 2006 р. в Україні постійно фіксується негативне сальдо балансу торгівлі

товарами і послугами. Його характерною тенденцією є зростаюча динаміка у міжкризові періоди 2006-2008 рр. та 2010-2013 рр., тоді як у 2009 р. та 2014-2015 рр. перевищення імпорту над експортом різко скорочувалось завдяки здійсненню девальвації національної валюти і падінню купівельної спроможності бізнесу та домогосподарств. Однак антикризова політика уряду в жодному з випадків не змогла забезпечити позитивне сальдо балансу, що свідчить про високий рівень імпортозалежності національної економіки України. Водночас стрімке відновлення негативного розриву між експортом й імпортом у посткризові періоди свідчить про відсутність реалізації системної політики з усунення структурних диспропорцій у вітчизняній економіці та підвищення рівня її міжнародної конкурентоспроможності.

**Таблиця 1. Динаміка показників торгового балансу України у 2005-2015 рр.,  
млн. дол. США**

Рік	Статті торгового балансу						
	Експорт товарів	Імпорт товарів	Баланс товарів	Експорт послуг	Імпорт послуг	Баланс послуг	Баланс товарів і послуг
2005	32184	34337	-2193	10442	7575	2867	647
2006	36174	42220	-6046	12181	9205	2976	-3070
2007	46168	57753	-11585	15244	11790	3454	-8131
2008	63188	80640	-17452	19292	16208	3084	-14368
2009	37134	42477	-5343	14946	11560	3386	-1957
2010	47299	56896	-9597	18327	12712	5615	-3982
2011	62383	80414	-18031	21269	13383	7886	-10145
2012	64427	86273	-21846	22089	14589	7500	-14346
2013	59106	81234	-22128	22613	16119	6494	-15634
2014*	50552	57680	-7128	14884	12362	2522	-4606
2015*	35137	38340	-3206	12263	10219	2044	-1162

\* Дані за 2014-2015 рр. наведені без урахування тимчасово окупованої території АР Крим та м. Севастополь

Джерело: [7]

Очевидно, що на стан платіжного балансу України впливає значна кількість чинників, основні з яких систематизовано в табл. 2.

Існування низки можливостей негативного впливу на платіжний баланс призводить до об'єктивної необхідності державного регулювання платіжного балансу, що являє собою сукупність економічних заходів держави (валютних, фінансових, зовнішньоторговельних тощо), направлених на формування основних статей платіжного балансу, а також покриття сальдо, що склалося, залежно від валютно-економічного положення і стану міжнародних розрахунків країни. Основними функціями державного регулювання платіжного балансу є:

– регламентація зовнішньоекономічних операцій за допомогою нормативних актів і органів державного контролю;

- безпосередня участь держави в міжнародних економічних відносинах як експортера капіталів, кредитора, позичальника;
- визначальна участь держави у перерозподілі частини національного доходу через державний бюджет (40-50%);
- наявність державної власності, у тому числі золотовалютних резервів.

**Таблиця 2. Характеристика основних чинників, що впливають на платіжний баланс країни**

Чинник	Характеристика
Нерівномірність економічного розвитку країн, міжнародна конкуренція	Еволюція основних статей платіжного балансу конкретної країни відображає зміни співвідношення сил центрів суперництва у світовій економіці
Циклічні коливання економіки	У платіжних балансах знаходять вираження вагання, підйоми і спади господарської активності, оскільки від стану національної економіки залежать результати її зовнішньоекономічних операцій
Зростання закордонних державних витрат	Непряма дія витрат на платіжний баланс визначається їх впливом на умови виробництва, темпи економічного зростання, а також масштабами вилучення ресурсів з експортних галузей народного господарства
Вивіз капіталу	Чинить подвійний вплив на платіжний баланс країни. Зокрема, вивіз капіталу збільшує його пасив, відволікає кошти, які могли б бути використані для модернізації експортних галузей. Крім того, на відміну від внутрішніх капіталовкладень експорт капіталу знижує можливий мультиплікаційний ефект у національній економіці, оскільки витрачається в основному на покупку іноземних сировини, робочої сили, устаткування. У той же час експорт капіталу служить базою припливу в країну через певний період відсотків і дивідендів
Інфляція	Чинить на платіжний баланс країни негативний вплив. Підвищення внутрішніх цін знижує конкурентоспроможність національних товарів, утрудняючи їх експорт, заохочує імпорт товарів, сприяє відпливу капіталів за кордон
Надзвичайні обставини	Надзвичайні обставини – неврожай, стихійні лиха, катастрофи тощо – негативно впливають на платіжний баланс країни
Торговельні обмеження	Платіжні баланси реагують на дискримінацію країн, на бар'єри, зокрема, митні, перешкоджають розвитку взаємовигідних економічних відносин

*Джерело: [8]*

Розвиток різноманітних теорій платіжного балансу сприяв появі значної кількості методів регулювання платіжного балансу, насамперед фінансово-економічний. Відповідно, країни з дефіцитним платіжним балансом можуть здійснювати такі заходи:

1. Дефляційна (антиінфляційна) політика. Така політика, спрямована на скорочення внутрішнього попиту – це обмеження державних (бюджетних) витрат, заморожування цін і заробітної плати. При цьому урядом активно використовуються відповідні фінансові і

грошово-кредитні важелі, такі як зміна облікової ставки Національного банку, встановлення меж зростання грошової маси, кредитні обмеження.

2. Девальвація. Пониження курсу національної валюти спрямоване на стимулювання експорту і заборону імпорту товарів. Проте роль девальвації в регулюванні платіжного балансу залежить від конкретних умов її проведення і супутньої загальноекономічної і фінансової політики. Девальвація стимулює експорт товарів лише за наявності експортного потенціалу конкурентоспроможних товарів і послуг і сприятливої ситуації на світовому ринку.

3. Валютні обмеження. Валютні обмеження слід розрізняти за сферами їх застосування: за поточними і фінансовими операціями платіжного балансу. При пасивному балансі вживаються заходи з обмежень вивозу капіталу і стимулювання припливу капіталу для підтримки курсу валюти. При активному платіжному балансі з метою заборони припливу капіталу і підвищення курсу національної валюти застосовуються форми валютного контролю за фінансовими операціями.

4. Бюджетно-податкова і грошово-кредитна політика. Для зменшення дефіциту платіжного балансу зазвичай використовуються: бюджетні субсидії експортерам; протекціоністське підвищення імпорتنих мит; відміна податку з відсотків, що виплачуються утримувачам цінних паперів з метою припливу капіталу в країну. Серед регуляторів грошово-кредитної політики особливе місце належить обліковій ставці відсотка [8].

Використання заходів державного регулювання економіки для поліпшення стану платіжного балансу передбачено навіть на міжнародному рівні, зокрема в рамках СОТ. Стаття XII ГАТТ «Обмеження для збереження платіжного балансу» зазначає, що будь-яка сторона з метою підтримання свого зовнішнього фінансового стану та рівноваги платіжного балансу може обмежувати кількість чи вартість товару, які дозволяється імпортувати. Підставою для обмеження є виконання положень цієї статті, до яких належать:

- надавання переваги тим заходам державного регулювання платіжного балансу, які призводять до найменш руйнівного впливу на торгівлю (насамперед митним тарифам). Слід принципово зазначити, що держави-члени СОТ можуть запроваджувати як квоти, так і додаткові митні збори. Домовленість забороняє лише одночасне використання таких заходів;
- не перевищення встановлювальними обмеженнями рівня, необхідного для того, щоб відвернути неминучу загрозу серйозного скорочення грошових резервів та досягти розумного темпу збільшення резервів;
- поступове послаблення обмежень у зв'язку з платіжним балансом в міру відновлення його рівноваги;
- обов'язкове негайне проведення переговорів та консультацій з країнами-торговельними партнерами, чий інтерес можуть постраждати внаслідок введення в дію додаткових обмежень.

Заходи щодо стабілізації платіжного балансу можуть застосовуватись не до всіх товарів, проте при їх використанні не може бути жодних винятків щодо країн (тобто заходи застосовуються на основі режиму найбільшого сприяння). Стаття XII ГАТТ міститься серед переліку обмежувальних заходів, які можуть застосовуватись і до країн-членів ЗВТ. З метою

зведення до мінімуму будь-яких побічних наслідків протекціоністського характеру держава повинна впроваджувати відповідні обмеження у транспарентній формі. Це означає, що при застосуванні таких заходів необхідно чітко обґрунтувати критерії, на основі яких визначались товари, що підпадають під дію обмежень, а також сам характер обмежень.

Слід зазначити, що Україна вже має досвід встановлення додаткових бар'єрів у зовнішній торгівлі на підставі Статті XII ГАТТ. Так, 25 лютого 2015 р. набрав чинності закон "Про заходи щодо стабілізації платіжного балансу України відповідно до статті XII Генеральної угоди з тарифів і торгівлі 1994 року". Цим законом тимчасово, на один рік, було введено додатковий імпорتنний збір в розмірі 10% на сільськогосподарські товари і 5% – на товари промислової групи, крім життєво необхідних товарів.

Україна дотримувалась загального підходу до визначення переліку товарів, імпорт яких став предметом справляння ввізного мита. Тому низка видів сировинної продукції, необхідної для внутрішнього виробництва, не ввійшла до переліку винятків, що вплинуло на підвищення цін на внутрішньому ринку. До того ж, далась взнаки і висока імпортозалежність української економіки. У сільському господарстві її рівень сягає 15% у проміжному споживанні, в промисловості – а понад 40% [9].

Тому, хоча даний інструмент СОТ є доволі ефективним у разі раціонального використання, в Україні він не забезпечив належного результату. Про це зокрема свідчать дані, одержані вітчизняними експертами в результаті моделювання впливу введених мит на динаміку вітчизняної торгівлі та ВВП. Відповідно до них, дія додаткового імпортного збору впродовж 2015р. мала наслідком скорочення реального ВВП України на 6%, а валової доданої вартості у вітчизняних галузях економіки в середньому на 18,5%. Крім того, негативний податковий ефект внаслідок недоотримання податків від вітчизняних підприємств склав 36,3 млрд. грн., збільшення внутрішніх цін на продукцію – в середньому на 9,4%, а експортних цін на вітчизняну продукцію – на 7,4% [10].

Додатковий імпорتنний збір не став суттєвим фактором стримування імпорту, а навпаки, через зниження конкурентоздатності вітчизняних виробників на зовнішніх ринках, призвів до падіння експорту і втрати позицій українського бізнесу на традиційних ринках збуту. Це спонукало 25 провідних національних бізнес-об'єднань України та комітети Торговельно-промислової палати України звернутися до уряду із закликом дострокового скасування додаткового імпортного збору. Його дію було припинено з 1 січня 2016 р.

Для уникнення негативного досвіду використання передбачених СОТ заходів регулювання у вітчизняній практиці, в подальшому запровадженню таких заходів має передувати:

- ґрунтовний економіко-правовий аналіз передумов та наслідків використання відповідного регуляторного інструментарію;
- вироблення позиції та аргументації для проведення переговорів і консультацій з іноземними партнерами;
- дотримання принципу прозорості та передбачуваності запровадження заходу;
- проведення відповідної роз'яснювальної роботи серед бізнесу та органів державної влади з метою особливостей роботи у нових умовах (задля не порушення взятих додаткових

зобов'язань).

**Висновок.** Механізми зовнішньоторговельної політики посідають важливе місце в системі державного регулювання платіжного балансу, а його позитивна динаміка є головним критерієм ефективності формування державою режиму торговельно-економічної співпраці національного бізнесу з іноземними партнерами. Для України характерна тривала тенденція до збереження негативного сальдо торгового балансу, що спонукає уряд вдаватися до широкого кола фінансово-економічних та зовнішньоторговельних інструментів з метою його вирівнювання, зокрема і передбачених статтею XII ГАТТ. Однак ефективність таких заходів залишається на низькому рівні, що потребує запровадження заходів з удосконалення вітчизняної зовнішньоторговельної політики у сфері врівноваження платіжного балансу, що у свою чергу, визначає перспективу подальших досліджень у цьому напрямі.

1. Шевчук В.О. *Платіжний баланс і макроекономічна рівновага в трансформаційних економіках: досвід України* / В.О. Шевчук. – Л.: Каменяр, 2001.

2. Черняк О. І. *Криза платіжного балансу: фактори, індикатори та способи попередження* / О. І. Черняк, В. Р. Хом'як // *Економіка і прогнозування*. – 2011. – № 4.

3. Савченко Т. Г. *Оцінка рівноваги платіжних балансів країн, які розвиваються* / Т. Г. Савченко // *Фінанси, облік і аудит*. – 2013. – Вип. 1.

4. Ніколайчук С. А. *Дефіцит поточного рахунку платіжного балансу: оцінка прийнятності рівня для України* / С. А. Ніколайчук, Н. В. Шаповаленко // *Економіка і прогнозування*. – 2010. – № 2.

5. Христенко А. М. *Криза платіжного балансу України: фактори та способи попередження кризи* / А. М. Христенко // *Управління розвитком*. – 2014. – № 5.

6. *Міжнародна економіка: підручник* / за ред. А. О. Задої, В. М. Тарасевича. – К.: Центр навчальної літератури, 2012.

7. *Статистика зовнішнього сектору: платіжний баланс* / Офіційний сайт Національного банку України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://www.bank.gov.ua/control/uk/publish/article?showHidden=1&art\\_id=65613&cat\\_id=44446](http://www.bank.gov.ua/control/uk/publish/article?showHidden=1&art_id=65613&cat_id=44446).

8. *Міжнародна економіка: підручник: у 2 ч.* / за заг. ред. А. А. Мазаракі. – К.: КНТЕУ, 2014. – Ч. 2.

9. Омельченко О. *Чи захистить Київ мито* [Електронний ресурс] / О. Омельченко // *Економічна правда*. – Режим доступу: <http://www.epravda.com.ua/columns/2015/03/31/536136>.

10. Калачова Г. *Імпортний збір: шкідництво чи благо* [Електронний ресурс] / Г. Калачова // *Економічна правда*. – Режим доступу: <http://www.epravda.com.ua/publications/2015/07/7/549585>.

*Стаття надійшла до редколегії 25.02.2016 р.*

УДК 338.436.32 : 339.5

**Пугачев В. Н.,***к.э.н., ст. научный сотрудник,**ННЦ «Институт аграрной экономики», г. Киев***Пугачева Е. Н.,***к.э.н., доцент, кафедра международной экономики,**Украинский государственный университет  
финансов и международной торговли, г. Киев*

## РАЗВИТИЕ ВНЕШНЕЙ ТОРГОВЛИ В УСЛОВИЯХ ТАМОЖЕННЫХ ОГРАНИЧЕНИЙ

*В статье исследованы вопросы развития международной торговли Украины, которая характеризуется высокой степенью пролиферации международных каналов поставок товаров и фрагментации глобальных производственных цепей. С учетом действия дополнительного импортного сбора определена динамика, тенденции и направления внешнеторговых операций, изменения их структуры и географии. Определена эффективность действия дополнительного импортного сбора для экономики страны. Показано, что Украина достаточно глубоко вовлечена в глобальную производственную сеть и тесно связана с другими странами каналами поставок товаров, поэтому содействие беспрепятственному доступу импортных промежуточных товаров в страну является одним из важнейших условий дальнейшего развития перерабатывающей промышленности. Сформированы направления дальнейшего развития внешней торговли Украины агропродовольственными товарами, риски и предостережения по реализации мер государственного регулирования внешнеэкономических отношений.*

*Ключевые слова:* международная торговля, импорт, экспорт, пошлина, эффективность, агропродовольственные товары.

## РОЗВИТОК ЗОВНІШНЬОЇ ТОРГІВЛІ В УМОВАХ МИТНИХ ОБМЕЖЕНЬ

**Пугачов В. М., Пугачова К. М.**

*У статті досліджено питання розвитку міжнародної торгівлі України, яке характеризується високим ступенем проліферації міжнародних каналів поставок товарів і фрагментації глобальних виробничих ланцюгів. З урахуванням дії додаткового импортного збору визначено динаміку, тенденції та напрями зовнішньоторговельних операцій, зміни їх структури та географії. Визначено ефективність дії додаткового импортного збору для економіки країни. Показано, що Україна досить глибоко залучена у глобальну виробничу мережу і тісно пов'язана з іншими країнами каналами поставок товарів, тому сприяння безперешкодному доступу импортних проміжних товарів в країну є одним з найважливіших умов подальшого розвитку переробної промисловості. Сформовано напрями подальшого розвитку зовнішньої торгівлі України*

*агропродовольчими товарами, ризики та застереження щодо реалізації заходів державного регулювання зовнішньоекономічних відносин.*

*Ключові слова: міжнародна торгівля, імпорт, експорт, мито, ефективність, агропродовольчі товари.*

## DEVELOPMENT OF FOREIGN TRADE IN CONDITIONS OF TARIFF BARRIERS

Pugachov V., Pugachova K.

*In the article were researched issues about international trade of Ukraine. It is characterized by a high degree of proliferation international channels of goods supply and fragmentation global production chains. The present stage of development of economies of the countries of the world is characterized by processes of quite close international integration. With taking into account the additional import dues, determined dynamics, trends and directions of foreign trade operations, changes in their structure and geography. The efficiency of additional import dues for national economy is determined. It is proved that Ukraine is quite deeply involved in global production network and is closely related with other countries by channels of goods supply. Providing unrestricted access of importing intermediate goods to the country is one of the most important conditions for further development of processing industry. Directions for following development of Ukrainian agri-food foreign trade, risks and warnings during realization of state regulation measures in external affairs are formed. Realization of strategic goals of a state policy on ensuring entry of Ukraine into the international and European economic space requires revision of scientific provisions concerning influence of the international integration on development of foreign trade.*

*Keywords: international trade, import, export, duties, effectiveness, agri-food products.*

**Постановка проблеми.** Современный этап развития экономик стран мира характеризуется процессами довольно тесной международной интеграции. В 2014 году было подписано Соглашение об ассоциации Украины и ЭС, что позволило начать формирование зоны свободной торговли (ЗСТ). На повестке дня продолжение интеграционных процессов и подписание соглашений о ЗСТ с Турцией, Канадой, Вьетнамом и другими странами. В условиях, когда Украиной имплементировано 16 зон свободной торговли, актуальным является обеспечение полноценности их функционирования без дополнительных таможенных ограничений. Реализация стратегических целей государственной политики по обеспечению вхождения Украины в международное и европейское экономическое пространство требует пересмотра научных положений относительно влияния международной интеграции на развитие внешней торговли.

**Анализ последних исследований и публикаций.** В научной литературе вопросам развития международных интеграционных процессов уделено немало внимания. Анализируя создание зон свободной торговли, исследователи отмечают стремительный рост международных отношений и объемов торговли, всестороннюю либерализацию и дерегулирование, усиление конкурентной борьбы, ослабление роли государства в экономике [1, 3, 5, 6]. Однако, недостаточно исследованными остаются вопросы развития внешней



торговлі в умовах таможенних обмежень, що потребує удосконалення методических підходів до оцінки і прогнозування наслідків дії таких обмежень, перш за все таможенних.

**Целью статті** являється дослідження зовнішньої торгівлі України агропродовольственими товарами в умовах формування зон вільної торгівлі і введення таможенних обмежень, визначення ефективності таких обмежень і формування напрямків подальшого розвитку міжнародних відносин.

**Основні результати дослідження.** Сучасний етап розвитку міжнародної торгівлі характеризується високою ступенем проліферації міжнародних каналів поставок товарів і фрагментації глобальних виробничих мереж. В даний час, канали поставок товарів між країнами являються взаємопов'язаними і взаємозалежними, перетинають межі декількох держав. В процес виробництва окремого продукту залучені підприємства, географічно розміщені в різних країнах, які спеціалізуються на різних етапах виробництва.

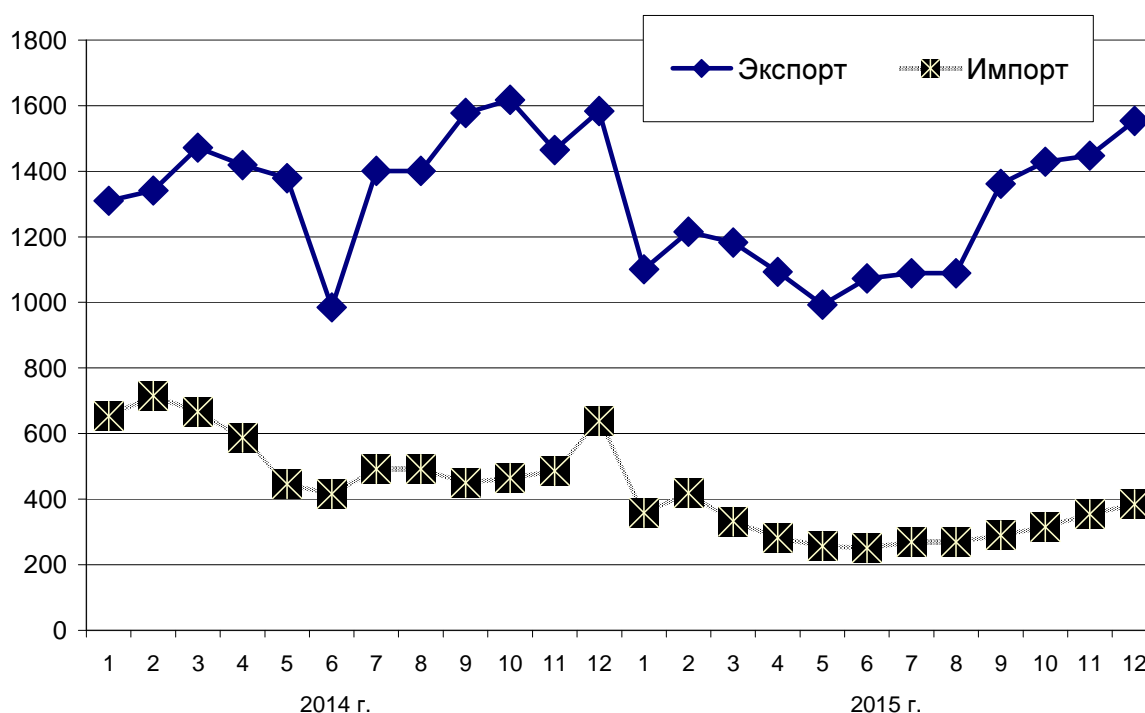
Цей сучасний більш фрагментований процес виробництва означає, що імпортувані проміжні товари (сировина, напівфабрикати, комплектуючі, технології тощо) грають критичну роль в експорті певної держави. Згідно з даними ВТО, обсяг експорту, в якому були використані імпортовані компоненти, удвоївся порівняно з 1990-м роком [8]. В контексті означених процесів особливо важливим є виявлення зв'язків між заходами обмеження імпорту, застосованими Україною в 2015 році, і падінням обсягів експорту українських агропродовольствених товарів.

В зв'язку з погіршенням платіжного балансу України і скороченням золотовалютних резервів, з 25 лютого 2015 року Україною строком на 12 місяців було введено додатковий імпортовий збір в розмірі 10% на товари, класифіковані в групах 1-24 УКТВЗД і 5% на товари, класифіковані в групах 25-97 УКТВЗД [4]. Можливість застосування такої заходи передбачена Статтею XII «Обмеження в інтересах забезпечення платіжного балансу» ГАТТ [2].

Необхідно зазначити, що розмір імпортового збору для більшості товарів перевищує базові рівні ввізних податків, передбачених Таможним тарифом України, не говорячи вже про те, що, в багатьох випадках товари імпортувалися безподатково в межах діючих угод про вільну торгівлю. Також за рахунок збільшення суми НДС, реальне навантаження додаткового збору на імпортування складало 12% для агропродовольствених товарів і 6% для інших товарів. Як наслідок спостерігається зменшення обсягів експорту і імпорту агропродовольствених товарів (рис. 1).

Динаміка зовнішньої торгівлі демонструє стрімке падіння як експорту, так і імпорту товарів, починаючи з лютого-лютого 2015 року. Це відповідає початку значущої девальвації національної валюти України, коли гривня обесцінилась до американського долара майже в 2 рази (з 1576 грн. за 100 доларів США до 3001 грн. за 100

долларов США). После стабилизации ситуации на валютном рынке внутри страны в мае 2015 года произошел некоторый рост показателей внешней торговли Украины.



**Рис. 1. Динамика внешней торговли Украины агропродовольственными товарами в 2014 – 2015 гг., млн. долларов США**

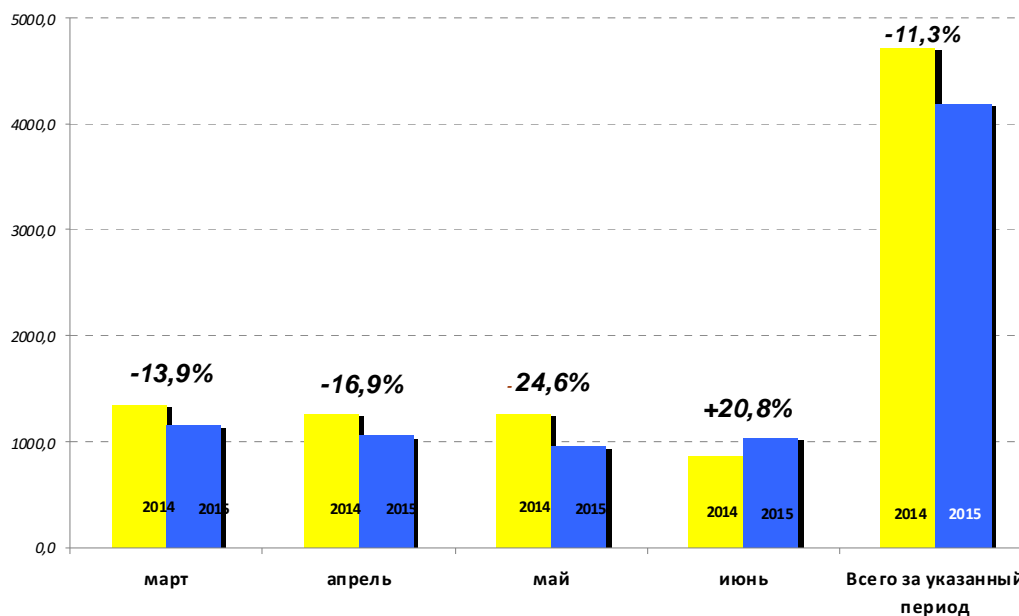
*Источник: построено на основе данных Государственной службы статистики Украины*

Согласно классической экономической теории, девальвация должна была бы увеличить конкурентоспособность украинских товаров на внешнем рынке. В тоже время, наблюдается обратная тенденция: с марта по май 2015 года (после девальвации) объемы экспорта товаров из Украины снижались, так же как и объемы импорта в Украину. На возникновение указанной ситуации повлияла цепочка внешних и внутренних факторов, среди которых падение цен сырьевых товаров на мировом рынке, экономическая и политическая нестабильность внутри страны, удорожание энергоносителей и, как следствие, сокращение рентабельности отечественного производства.

Значительную роль в указанной цепочке играет фактор усложнения доступа украинских производителей к импортному сырью, оборудованию, комплектующим в связи с введением дополнительного импортного сбора. Доля импортной составляющей в себестоимости продукции, производимой в Украине, существенная. По данным ННЦ «Институт аграрной экономики», этот показатель колеблется в пределах 20%-64% в зависимости от отрасли. Доля импортной составляющей в себестоимости продукции сельского хозяйства Украины составляет 21,4%, пищевой продукции – 20,1% [7].

Чтобы нивелировать влияние фактора запретов Российской Федерации на ввоз ряда продукции украинского происхождения, анализ осуществлялся на основании данных по

экспорту украинской продукции (как в целом, так и с разбивкой на переработанную пищевую и сырьевую группы) без учета объемов поставок в Россию. Анализ показал, что в марте-июне 2015 года экспорт агропродовольственных товаров из Украины сократился на 534 млн. долларов США или 11,3% по сравнению с аналогичным периодом 2014 года (рис. 2).



**Рис. 2. Динамика экспорта агропродовольственных товаров из Украины в марте-июне 2014-2015 гг. (без учета поставок в Россию), млн. долларов США**

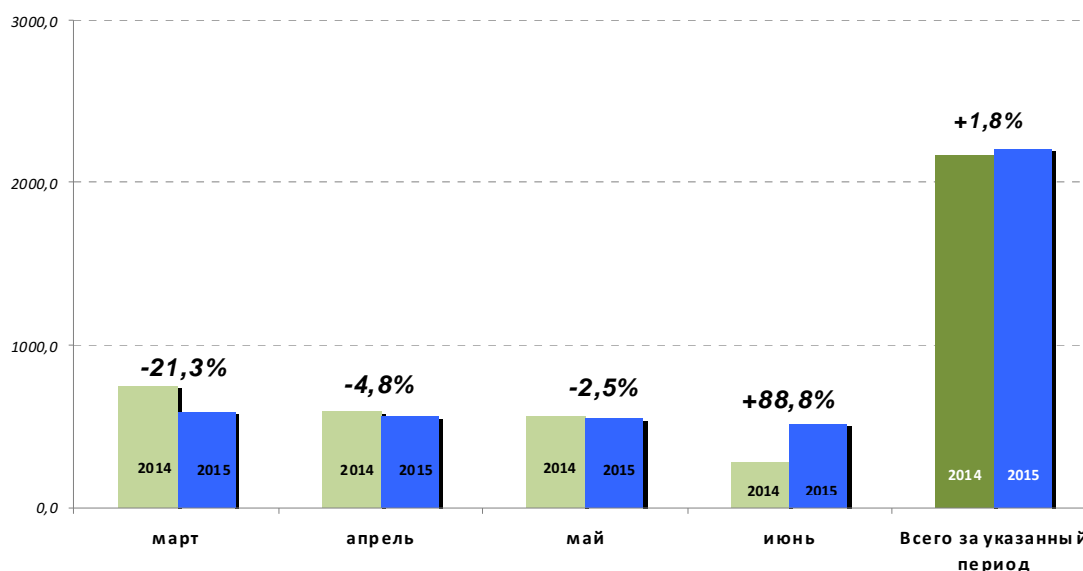
*Источник: построено на основе данных Государственной службы статистики Украины*

Такое падение объемов украинского экспорта в целом (сырьевой и переработанной продукции) произошло из-за сокращения поставок переработанной пищевой продукции с высокой долей добавочной стоимости, в то время как экспорт сырьевых сельскохозяйственных товаров из Украины вырос незначительно (+1,8% или 39 млн. долларов США). Динамика экспорта сырьевых сельскохозяйственных товаров из Украины в марте-июне 2014-2015 годов без учета поставок в Россию приведена на рис. 3.

Если исключить поставки в Россию из объемов украинского экспорта, то за март-июнь 2015 года объем экспорта переработанной пищевой продукции из Украины сократился на 573 млн. долларов США или на 22,5% по сравнению с аналогичным периодом 2014 года. Объемы экспорта украинской переработанной продукции сократились даже в ЕС, несмотря на действие автономных торговых преференций для Украины в условиях ЗСТ. За время действия дополнительного импортного сбора (март-июнь 2015 г.) поставки украинской пищевой продукции в ЕС уменьшились на 241,8 млн. долларов США, или на 37,6% по сравнению с аналогичным периодом 2014 года.

Эффективность введения дополнительного импортного сбора проанализирована на примере конкретных отраслей. Так, для отечественной кондитерской промышленности

введение дополнительного импортного сбора на товары, которые не производятся и не могут производиться в Украине (например, какао-бобы), приводит к увеличению себестоимости готовой продукции. Результатом подорожания станет падение спроса и сокращение производства на 39,9 тыс. т (2,7 млрд. грн.) в год.



**Рис. 3. Динамика экспорта сырьевых сельскохозяйственных товаров из Украины в марте-июне 2014-2015 гг. (без учета поставок в Россию), млн. долларов США**

*Источник: построено на основе данных Государственной службы статистики Украины*

Уменьшение производства в кондитерской отрасли будет иметь кумулятивный эффект, обеспечит снижение рентабельности в связи с уменьшением экономии на масштабе и приведет к дальнейшему снижению объемов производства на 3,7 тыс. т (215,7 млн. грн.). Общее сокращение производства отечественной кондитерской отрасли вследствие введения дополнительного импортного сбора на товары, которые не производятся и не могут производиться в Украине, составит 43,6 тыс. т (6,1% от производства кондитерской продукции в 2014 году) или 2,9 млрд. грн. В связи с этим, субъекты хозяйствования, которые производят кондитерскую продукцию, будут вынуждены сократить около 4,5 тыс. работников и уменьшить закупки отечественного сырья. По оценкам, снижение производства в смежных отраслях украинского агропродовольственного сектора составляет: сахарная отрасль – 23,1 тыс. т; мукомольная – 11,6 тыс. т; масложировая – 1,8 тыс. т. Общие потери Государственного бюджета превысят поступления от внедрения дополнительного импортного сбора на сумму 356,9 млн. грн. Падение конкурентоспособности отечественной кондитерской отрасли на внешних рынках, особенно в условиях ЗСТ, приведет к уменьшению поступлений валютной выручки в Украину от экспорта на сумму 50 млн. долларов США.

**Вывод.** Исследование позволило констатировать, что поскольку Украина глубоко вовлечена в глобальную производственную сеть и тесно связана с другими странами каналами поставок товаров, содействие беспрепятственному доступу импортных промежуточных товаров в страну является одним из важнейших условий обеспечения конкурентоспособности национального товаропроизводителя. Особенно это касается отраслей, продукция которых имеет высокую долю добавочной стоимости, в частности, отрасли производства пищевой продукции.

Дальнейшие исследования этих проблем должны быть сосредоточены на вопросах устранения негативных последствий действия ограничений в условиях зон свободной торговли. Дополнительный импортный сбор, как фактор сдерживания поступления импорта в страну, искусственно увеличил стоимость зарубежного сырья, комплектующих, оборудования, технологий, которые используют украинские производители при переработке продукции, тем самым усилив негативные эффекты экономического кризиса внутри страны и нестабильности международных товарно-сырьевых рынков, что в целом привело к уменьшению конкурентоспособности украинской переработанной продукции на мировом рынке и сокращению объемов экспорта такой продукции из Украины.

1. Власов В. І. Світовий ринок і розвиток глобалізаційних процесів / В. І. Власов // Економіка АПК. – 2014. – № 12.

2. Генеральна угода з тарифів і торгівлі 1994 року [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://zakon0.rada.gov.ua/laws/show/981\\_003](http://zakon0.rada.gov.ua/laws/show/981_003)

3. Духницький Б. В. Транснаціональні компанії в аграрному секторі економіки / Б. В. Духницький. – К.: ННЦ ІАЕ, 2013.

4. Закон України «Про заходи щодо стабілізації платіжного балансу України відповідно до статті XII Генеральної угоди з тарифів і торгівлі 1994 року» від 28 грудня 2014р. №73-VIII [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/73-19>

5. Мельник А. О. Інтеграційні альтернативи для АПК України в умовах світової економічної кризи / А. О. Мельник // Економіка АПК. – 2014. – №4.

6. Перспективи розвитку вітчизняного аграрного сектора в зв'язку із підписанням Україною економічної частини Угоди про асоціацію з Європейським Союзом / [Пугачов М. І., Власов В. І., Духницький Б. В., та ін.]. – К.: ННЦ «ІАЕ», 2014.

7. Перспективи та можливі ризики розвитку сільського господарства України у 2015 році: науково-аналітичний прогноз / [Лупенко Ю.О., Месель-Веселяк В.Я. та ін.]. – К.: ННЦ «ІАЕ», 2014.

8. Формування глобального і регіонального ринків сільськогосподарської сировини та продовольства: монографія / Ю. О. Лупенко, М. І. Пугачов, Б. В. Духницький [та ін.]; за ред. Ю. О. Лупенка, М. І. Пугачова. – К.: ННЦ «ІАЕ», 2015.

Стаття надійшла до редколегії 14.02.2016 р.

УДК 338.53 : 637.5

Драган А. Д.,  
аспірант, кафедра менеджменту,  
Національний університет харчових технологій, м. Київ

### СИСТЕМНИЙ ПІДХІД ДО ФОРМУВАННЯ ЦІНОВОЇ ПОЛІТИКИ ПІДПРИЄМСТВА М'ЯСОПЕРЕРОБНОЇ ГАЛУЗІ

*У статті розглядається системний підхід до формування цінової політики підприємств м'ясопереробної галузі. Цей підхід представляє цінову політику як систему за прогресивним типом розвитку. Система цінової політики складається із чотирьох блоків (інформаційно-аналітичного забезпечення, стратегічного планування, стратегічного управління та організації цінового контролінгу). Сучасні умови функціонування підприємств м'ясопереробної галузі – обмеження сировинних ресурсів за рахунок кризового стану вітчизняного тваринництва і високий рівень конкуренції на ринку м'ясної продукції. Тому, цінова політика повинна бути спрямована на заходи щодо зниження цін на м'ясну продукцію. Ці заходи повинні бути реалізовані за рахунок потенційних можливостей підприємства – впровадження безвідходних, ресурсозберігаючих технологій та комплексного перероблення сировини, удосконалення методик визначення внутрішньовиробничих і оптових цін.*

*Ключові слова:* системний підхід, цінова політика, ціновий контролінг, м'ясна продукція, м'ясопереробна галузь, стратегічне планування, стратегічне управління, інформаційне забезпечення

### СИСТЕМНЫЙ ПОДХОД К ФОРМИРОВАНИЮ ЦЕНОВОЙ ПОЛИТИКИ ПРЕДПРИЯТИЙ МЯСОПЕРЕРАБАТЫВАЮЩЕЙ ОТРАСЛИ

Драган А. Д.

*В статье рассматривается системный подход к формированию ценовой политики предприятий мясоперерабатывающей отрасли. Этот подход представляет ценовую политику как систему с прогрессивным типом развития. Система ценовой политики состоит из четырех блоков (информационно-аналитического обеспечения, стратегического планирования, стратегического управления и организации ценового контроллинга). Современные условия функционирования предприятий мясоперерабатывающей отрасли – ограничение сырьевых ресурсов за счет кризисного состояния отечественного животноводства и высокий уровень конкуренции на рынке мясной продукции. Поэтому, ценовая политика должна быть направлена на мероприятия по снижению цен на мясную продукцию. Эти меры должны быть реализованы за счет потенциальных возможностей предприятия – внедрение безотходных, ресурсосберегающих технологий и комплексного переработки сырья, совершенствование методик расчета внутрипроизводственных цен и оптовых цен.*

*Ключевые слова: системный подход, ценовая политика, ценовой контроллинга, мясная продукция, мясоперерабатывающая отрасль, стратегическое планирование, стратегическое управление, информационное обеспечение.*

## SYSTEMATIC APPROACH TO PRICING POLICIES OF ENTERPRISES OF MEAT INDUSTRY

**Dragan A.**

*In the article the system approach to pricing policy meat processing industry. This approach represents both pricing system in progressive type of development. System pricing policy consists of four blocks (information and analytical support, strategic planning, strategic management and organization of price controlling), aimed at reducing the prices of meat products. Progressive type pricing policy provides for the production of competitive products, the formation of export potential based on activation of innovation, cost reduction and a gradual decline in prices considering the solvency of the population and improving the pricing system. Modern operating conditions meat processing industry – restrictions of raw materials by domestic livestock crisis and high level of competition on the market of meat products. Therefore, price policy should focus on measures to reduce the price of meat products. These measures should be implemented by the potential of the company – the introduction of non-waste, energy saving technologies and integrated processing of raw materials, improvement of internal prices and wholesale prices. The author proposed the creation of price controlling department to prevent inefficient decision-making and setting unreasonable prices for finished products. The department has a price controlling to perform the following functions: observance of the pricing policy and its evaluation; analysis of planned budgets and actual expenditures; control of purchasing prices for raw material resources and more.*

*Keywords: systematic approach, pricing, price controlling, meat products, meat processing industry, strategic planning, strategic management, information.*

**Постановка проблеми.** Сучасний етап розвитку економіки країни, характерними рисами якого є динамічність, нестабільність і невизначеність, висока швидкість змін, тенденційність інтеграції ринків, наявність кризових явищ вимагає раціонального використання ресурсів і підвищення ефективності м'ясопереробних підприємств. Це потребує розроблення системного підходу до формування цінової політики підприємства, якій повинен мати усі ознаки, які притаманні системі та враховувати довгострокове стратегічне планування для впровадження заходів щодо зниження витрат на виробництво і реалізацію продукції для забезпечення конкурентних цін.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Питання формування цінової політики підприємств харчової промисловості, досліджували такі науковці: І.В. Антонова [1], М.М. Артус [2], В.Л. Корінев [3], В.Г. Кудлай [4], Ю.Г. Лега, О.М. Поляков [5], М.К. Пархомець [6], А.В. Череп [7], Л.О. Чорна [8] та інші. Проте недостатньо дослідженими залишаються теоретичні і практичні питання розроблення системного підходу до формування цінової

політики підприємств м'ясопереробної галузі в умовах обмеження сировинних ресурсів та глобалізації.

**Мета статті.** Запропонувати системний підхід до формування цінової політики на підставі прогресивного розвитку підприємств м'ясопереробної галузі.

**Основні результати дослідження.** Цінова політика – це складна система, яка формується з метою розв'язання багатоцільових завдань подальшого розвитку підприємства, які мають бути вирішеними ефективним управлінням та трудовим колективом [1].

На нашу думку, цінова політика підприємств м'ясопереробної галузі – це цілеспрямована система, як сукупність взаємопов'язаних окремих її компонентів (елементів), які об'єднані загальною метою підвищення ефективності діяльності підприємства за рахунок впровадження організаційно-технічних заходів щодо зниження витрат на виробництво і реалізацію продукції, та спрямована на прийняття стратегічних і оперативних управлінських рішень щодо узгодження оптимальних цін на м'ясну продукцію.

Місія діяльності підприємства – це задовольнити попит споживачів на продукцію та зацікавити у результатах праці всіх працюючих.

Мета формування цінової політики – це зниження цін на продукцію за рахунок впровадження інновацій на підприємстві.

Тому, нами пропонується, обрати прогресивний тип цінової політики як об'єктивної необхідності для розвитку підприємств м'ясопереробної галузі виробляти конкурентоспроможну продукцію, формування експортного потенціалу підприємства на основі активізації інноваційної та науково-технічної діяльності, скорочення витрат та поступового зниження цін з урахуванням платоспроможності населення і вдосконалення системи ціноутворення.

Формування цінової політики необхідно здійснювати на кожному м'ясопереробному підприємстві, яке виробляє м'ясні продукти.

Основні завдання цінової політики підприємства на ринку м'ясопродуктів в умовах глобалізації:

- уточнення віднесення витрат при розрахунку як внутрішньовиробничих, так і оптових цін на м'ясну продукцію;
- застосування багатоваріантних розрахунків оптимальних цін на продукцію, що виготовляється з різних видів та якості сировини;
- збільшення обсягів виробництва м'ясної продукції за рахунок впровадження безвідходних технологій та комплексного перероблення сировини;
- аналіз і контроль за витратами на виробництво та реалізацію м'ясної продукції, отримання інформації щодо виконання організаційно-технічних заходів, які забезпечують економію витрат на плановий період;
- створення прозорої структури витрат на виробничі процеси та продукцію для розрахунку цін, укладання угод (контрактів, договорів) з партнерами щодо реалізації продукції;
- формування мотиваційного механізму, стимулюючого працівників на зниження витрат на виробництво і реалізацію продукції.



Цінова політика підприємства повинна бути спрямована на створення умов гарантованого виконання обов'язків кожним менеджером, інженером, економістом, технологом, фінансистом, бухгалтером своєчасної і повної реалізації всіх заходів щодо інноваційного розвитку підприємства, виробництва продукції за Міжнародними стандартами якості та утвердження оптимальних кінцевих цін, враховуючи як якість продукції та платоспроможність населення.

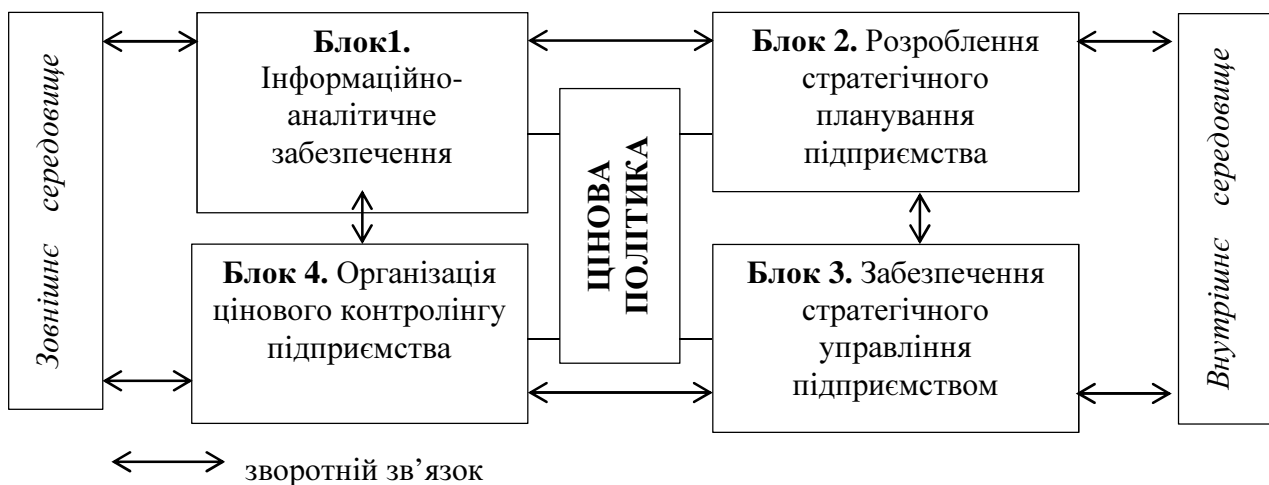
Основні блоки щодо формування цінової політики підприємства на підставі системного підходу (рис.1):

Блок 1. Розроблення інформаційно-аналітичного забезпечення та моніторинг стану законодавства у сфері ціноутворення та формування цінової політики.

Блок 2. Розроблення стратегічного планування як основи формування цінової політики підприємства.

Блок 3. Забезпечення стратегічного управління (принципів, методів, механізмів, заходів) для реалізації плану діяльності підприємства та розроблення методичних підходів щодо удосконалення визначення цін на продукцію.

Блок 4. Організація цінового контролінгу підприємства з метою підведення підсумків роботи та оцінки ефективності цінової політики підприємства.



**Рис.1. Системний підхід до формування цінової політики підприємства**

*Джерело: запропоновано автором.*

Реалізація блоку 1 «Інформаційно-аналітичне забезпечення», пов'язана з двома складовими – інформаційне забезпечення і ґрунтовний економічний аналіз діяльності підприємства.

Підвищення вимог до інформаційного забезпечення, пов'язане з формуванням цінової політики підприємств під впливом зовнішніх і внутрішніх факторів та процесу стратегічного ціноутворення на продукцію. Тільки систематизована інформація та її глибокий аналіз дає змогу визначити ефективність технічних, технологічних, організаційно-економічних,

соціально-трудових заходів, які сприяють зниженню витрат на виробництво і реалізацію продукції та рівня оптових цін на м'ясо та м'ясопродукти.

Отримання необхідної інформації потрібно розпочинати з чіткого визначення відомостей про предмет дослідження. Потрібно дослідити – загальні відомості про суб'єкти ринку, заходи стратегічного плану підприємства на певний період, також оперативну інформацію про технологічні схеми виробництва продукції, детальне проведення виробничих операцій, а також фінансові показники діяльності, впровадження інновацій та міжнародних стандартів з екології та якості продукції. Слід зазначити, що на динамічних ринках – харчової продукції, у тому числі і м'ясної продукції, з'являється багато нових торгових марок або ребрендинг існуючих. Експерти відзначають, що менеджери, маркетологи, технологи які працюють у м'ясопереробній галузі України, демонструють підвищення зацікавленості до ефективного передового досвіду, використовуючи усі можливості вчитись та стажуватися на підприємствах зарубіжних країн (Німеччини, Польщі, Чехії, Франції, США та інших).

Інформація про зовнішнє середовище підприємств м'ясопереробної галузі має несистемний характер. Недостатньо чіткої інформації про стан і розвиток тваринництва, яка свідчить, що підприємства працюють в умовах обмеження сировинних ресурсів. Недостатньо інформації про науково-технічні досягнення, галузеві інновації, прихильність споживачів, імпорт м'ясної продукції, сировини, спецій, оболонки, загальний соціально-політичний стан країни. Усе це призводить до суб'єктивних уявлень про ситуацію на підприємстві, ускладнює приймання стратегічних управлінських рішень щодо формування цінової політики.

Всі стратегічні управлінські рішення при формуванні цінової політики повинні базуватися на точному, поглибленому економічному аналізі. Необхідна об'єктивна оцінка результативності та ефективності діяльності підприємства, виявлення всіх недоліків, прорахунків, невикористаних резервів, а також, обґрунтування заходів щодо впровадження інновацій, організаційно-технічних заходів для вирішення перспектив подальшого розвитку. Вибір найбільш доцільного, з економічної точки зору, варіанту розвитку підприємства, тісно пов'язаний з поточним та перспективним стратегічним плануванням на підставі ґрунтовного економічного аналізу. Цей аналіз сприяє економічному використанню ресурсів, запобіганню зайвим витратам і втратам, уникненню помилок при постачанні матеріально-технічних ресурсів, реалізації готової продукції та вирішенню проблемних ситуацій. Через вчасне виявлення та використання наявних можливостей та резервів можна збільшити обсяги виробництва та реалізації продукції, знизити кінцеві оптимальні ціни, що скоротить адаптування до європейських стандартів та забезпечить конкурентоспроможність продукції на ринку.

Реалізація блоку 2 «Розроблення стратегічного планування підприємства», пов'язана з стратегічним плануванням підприємства м'ясопереробної галузі, яке має передбачати конкретні цілі та завдання, що взаємопов'язані між собою і взаємоузгоджені із наявним обсягом ресурсного потенціалу. Оскільки в стратегічному плані потрібно врахувати ризики

зовнішнього оточення й визначення декілька варіантів їх усунення, а також коригування та адаптування до цих змін.

При стратегічному плануванні підприємства м'ясопереробної галузі стикаються з невіршеними проблемами. Одна із серйозних проблем – це оцінка місткості того чи іншого ринку продажу певного виду продукції. Складності пов'язані з тим, що значний обсяг продукції, яка виробляється знаходиться в тіньовому обороті. При розробці стратегії цей фактор необхідно враховувати, тому що це може призвести до економічних втрат для підприємства.

Друга проблема для підприємства, це дефіцит або відсутність повної та достовірної статистичної інформації про споживачів, а також підприємств конкурентів м'ясопереробної галузі.

Концепція діяльності підприємств м'ясопереробної галузі полягає в самостійному пошуку ринкових партнерів, постачальників сировини, матеріальних ресурсів, засобів виробництва, а також збуту продукції, споживачів в умовах постійного зростання цін на м'ясну продукцію. У цих умовах зростає роль цінової політики, що обумовлена загостренням конкурентної боротьби. При цьому підвищується важливість прийняття управлінських рішень з ціноутворення. Оскільки ціни впливають на фінансові результати підприємства. Водночас цінова політика більшості підприємств м'ясопереробної галузі здійснюється безсистемно та некваліфіковано.

Цінова конкуренція між виробниками м'ясної продукції – це боротьба за споживача шляхом зниження витрат на виробництво, цін на продукцію без істотної зміни їх якості. Перемагає той, хто пропонує нижчу ціну ніж ринкова ціна на продукцію, що може призводити до збитковості підприємства.

Зниження витрат на виробництво можливо тільки при постійному впровадженні організаційно-технічних заходів, нової техніки, наукової організації праці, новітніх технологій, підвищення ефективності праці тощо.

Тому, на нашу думку, стратегічне планування підприємств м'ясопереробної галузі – це проектування чітких цілей і завдань діяльності на основі технічної модернізації виробництва, впровадження прогресивної технології, освоєння міжнародних стандартів якості, безпеки продукції та навколишнього середовища для підвищення ефективності виробництва та реалізації продукції на внутрішньому і зовнішньому ринках та формування цінової політики, спрямованої на поступове зниження цін.

В умовах Євроінтеграції підприємствам м'ясопереробної галузі потрібно переорієнтувати науково-технічну, виробничу, маркетингову-збутову, логістичну діяльність на виробництво та реалізацію продукції, спрямованих на забезпечення ринкового попиту, потреб і вимог споживачів.

Реалізація блоку 3 «Забезпечення стратегічного управління підприємства», пов'язана з стратегічним управлінням підприємства, що включає певний набір принципів, методів, форм, механізмів, заходів тобто інструментарію для ефективного виконання стратегічного плану, знаходячи найкращий спосіб організації діяльності для конкретного підприємства та формування його цінової політики.

Цілком зрозуміло, що ефективність функціонування підприємств м'ясопереробної галузі потребує організації стратегічного управління та вимагає суттєвого фінансового забезпечення. Слід зазначити, щоб «вижити» в умовах обмежених ресурсів сировини та підвищення конкуренції в зоні вільної торгівлі потрібно, щоб процес розвитку стратегічного потенціалу підприємства було постійним і безперервним.

Концепція стратегічного управління передбачає визначення стратегічних орієнтирів оперативного управління з прийняттям рішень конкретного прикладного, практичного характеру, пов'язаного з виробництвом продукції, використовуючи досвід господарювання успішних вітчизняних та зарубіжних підприємств і застосування антикризових заходів.

Тому, актуальним є організація стратегічного управління щодо забезпечення стратегічного плану розвитку підприємства та виконання поточних завдань техніко-економічного плану кожного виробничого підрозділу.

Раціоналізація і систематизація здійснення стратегічного управління дозволить досягти позитивних результатів, а саме:

1. Передбачити можливі ризики та негативні наслідки в діяльності виробничих структурних підрозділів і функціональних відділів та сформуванню відповідну стратегію нейтралізації, щоб уникнути зайвих втрат;

2. Організувати оперативний облік техніко-економічної інформації між відділами управління та виробничими підрозділами, аналізувати та підводити підсумки за кожні 10 днів наростаючим підсумком з початку року та здійснювати заходи щодо усунення недоліків;

3. Налагодити зворотні інформаційні потоки із зовнішнім середовищем: закупівельниками сировини, постачальниками матеріально-технічних ресурсів, конкурентами-партнерами, торговельними підприємствами, банками, державними органами та інвесторами, споживачами тощо;

4. Об'єднати в єдину систему управління за всіма матеріальними ресурсами підприємства, одночасно оцінювати їх використання відповідно до встановлених норм і нормативів та стратегічними планами підприємства, що сприятиме отриманню високих фінансових результатів;

5. Сформуванню системи показників і еталонів за сферами діяльності: виробництво, збут, фінанси, та визначити позиції, які займає підприємство та виробничий підрозділ за кожним показником;

6. Організувати виконання комплексних заходів щодо оновлення технічного стану підприємства та ефективність їх впровадження;

7. Здійснити пошук інвесторів щодо створення спільного підприємства з виробництва нових видів продукції та диверсифікації виробництва;

8. Використати систему матеріального стимулювання персоналу за впровадження заходів щодо підвищення ефективності діяльності підприємства та скорочення витрат;

9. Придбати стратегічно важливі основні фонди для виробництва продукції в інших галузях та в країнах Євросоюзу для ліквідації вузьких місць в технологічному ланцюгу виробництва м'ясних продуктів;

10. Організувати підготовку підвищення кваліфікації робітників, спеціалістів, менеджерів, керівників виробничих підрозділів;

11. Для ефективного стратегічного управління підприємством необхідно організувати вивчення та використання міжнародного досвіду щодо діяльності та управління підприємствами м'ясопереробної галузі.

Реалізація блоку 4 «Організація цінового контролінгу підприємства», пов'язана з підведенням підсумків діяльності та ефективності цінової політики.

*Ціновий контролінг* – це система включає аналіз ефективності діючих цін, попиту на продукцію на ринках, контроль за виконанням інноваційних заходів щодо зниження витрат, планування рентабельності продукції, методи визначення оптимальних цін і забезпечення інформацією апарат управління підприємства [9].

Періодичність контролю за ефективністю реалізації продукції має здійснюватися за результатами роботи за місяць, за квартал, а також наростаючим підсумком з початку року.

Не існує конкретного відділу на підприємстві, якій би, відповідав за формування цінової політики та встановлення оптимальних цін. Фактично функції з ціноутворення на продукцію, його аналізу та оцінки ефективності розпорошені між планово-економічним відділом, відділом збуту та маркетингу, бухгалтерією, що негативно впливає на кінцевий результат роботи підприємства. Тому, на нашу думку, актуальним є створення відділу цінового контролінгу та розроблення Положення щодо його функціонування.

Створення відділу цінового контролінгу на великих підприємствах пов'язано з попередженням прийняття неефективних управлінських рішень та встановлення необґрунтованих цін на готову продукцію.

Відділ цінового контролінгу має враховувати специфіку підприємства і виконувати наступні функції: дотримання встановленої цінової політики та оцінка її ефективності; аналіз даних планових кошторисів та фактичних витрат; контроль за закупівельними цінами на сировину та матеріальні ресурси тощо.

Належна організація відділу цінового контролінгу забезпечить правильне визначення оптимальних кінцевих цін на продукцію та контроль за цінами, що буде сприяти прогресивному розвитку підприємства в умовах жорсткої конкуренції.

**Висновок.** В Україні платоспроможність населення обмежена, тому найбільш ефективним методом конкуренції залишається цінова конкуренція, тобто при зниженні цін на м'ясну продукцію підвищується попит на продукцію. Для збільшення попиту на продукцію і забезпечення конкурентоспроможності м'ясної продукції як на внутрішньому ринку України, так і в зоні вільної торгівлі з Євросоюзом, є тільки одна можливість – це скорочення витрат, зниження цін та покращення якості, активізації інноваційної діяльності, а саме впровадження новітніх технологій. Саме на цих засадах запропоновано системний підхід до формування цінової політики підприємства на підставі прогресивного типу розвитку підприємств м'ясопереробної галузі в умовах глобалізації.

*І. Антонова І. В. Формування цінової політики. / І. В. Антонова // Вісник Східноєвропейського університету економіки і менеджменту. – 2010. – Вип. 1(7).*

2. Артус М. М. Формування механізму ціноутворення в умовах ринкової економіки: монографія. / М. М. Артус. – Тернопіль : Економічна думка, 2007.
3. Корінев В. Л. Цінова політика підприємства: монографія. / В. Л. Корінев. – К.: КНЕУ, 2001.
4. Кудлай В. Г. Теоретико-методологічні засади формування цінової політики підприємства / В. Г. Кудлай // Український соціум. – 2006. – №1 (12).
5. Лега Ю. Г. Якість, ціна та ефективність виробництва: монографія. /Ю. Г. Лега, О.М. Поляков. – К. : Наукова думка, 2008.
6. Пархоμεць М. К. Ціноутворення у підприємствах агропромислового виробництва : організація та методика: монографія /М. К. Пархоμεць, М. З. Матвійчук; за ред. М.К. Пархомя. – Тернопіль: ТНЕУ, 2012.
7. Ціноутворення як основа ефективності функціонування підприємств та чинник підвищення добробуту населення: монографія / за ред. А. В. Череп. – Запоріжжя : ЗНУ, 2011.
8. Чорна Л. О. Концепція ціноутворення на підприємствах регіону / Л. О. Чорна // Вісник Хмельницького національного університету. – 2011. – №5. – Т.1.
9. Контроллинг как инструмент управления предприятием: монография / Е.А. Ананькина, С. В. Данилочкин, Н. Г. Данилочкина [и др.]. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2003.

Стаття надійшла до редколегії 26.01.2016 р.

УДК 338.436

Сас О. О.,

Сас І. С.,

*аспіранти, кафедра економіки агропромислових формувань,  
ДВНЗ «Київський національний економічний університет  
імені Вадима Гетьмана», м. Київ*

### **ЕКОНОМІЧНА КОНЦЕНТРАЦІЯ ТА СТРУКТУРИ УПРАВЛІННЯ В АГРОПРОМИСЛОВИХ ФОРМУВАННЯХ УКРАЇНИ**

*Розглянуто підходи до тлумачення сутності економічної концентрації та наведено власне розуміння даного поняття. Визначено, що економічна концентрація це укрупнення підприємств, набуття прямого чи опосередкованого контролю одних суб'єктів господарювання над іншими, створення асоціацій, концернів та корпорацій як форми об'єднань товаровиробників. Здійснено аналіз економічної концентрації за її показниками, а саме: кількістю дочірніх підприємств, кількістю відокремлених підрозділів (філій), загальним розміром земельної площі та загальним обсягом консолідованої виручки. Досліджено організаційну структуру управління в АПФ на прикладі холдингових компаній, земельний банк яких мав за останні роки тенденцію до нарощування.*

*Ключові слова:* економічна концентрація, структурні підрозділи, структура управління, агропромислові формування, холдингові компанії.

### **ЭКОНОМИЧЕСКАЯ КОНЦЕНТРАЦИЯ И СТРУКТУРЫ УПРАВЛЕНИЯ В АГРОПРОМЫШЛЕННЫХ ФОРМИРОВАНИЯХ УКРАИНЫ**

Сас А. А., Сас И. С.

*Рассмотрены подходы к толкованию сущности экономической концентрации и приведены собственное понимание данного понятия. Определено, что экономическая концентрация это укрупнение предприятий, приобретение прямого или косвенного контроля одних субъектов хозяйствования над другими, создание ассоциаций, концернов и корпораций как формы объединений товаропроизводителей. Проведен анализ экономической концентрации по ее показателям, а именно: количеством дочерних предприятий, количеством обособленных подразделений (филиалов), общим размером земельной площади и общим объемом консолидированной выручки. Исследовано организационную структуру управления в АПФ на примере холдинговых компаний, земельный банк которых имел за последние годы тенденцию к наращиванию.*

*Ключевые слова:* экономическая концентрация, структурные подразделения, структура управления, агропромышленные формирования, холдинговые компании.

**ECONOMIC CONCENTRATION AND MANAGEMENT STRUCTURES IN AGRO-INDUSTRIAL FORMATIONS OF UKRAINE**

Sas O., Sas I.

*Approaches to the interpretation of the essence of economic concentration have been considered and personal understanding of this concept has been provided. It was determined that economic concentration includes the consolidation of companies, acquisition of direct or indirect control of some entities over the other, the creation of associations, corporations as forms of association of producers. Economic concentration has been analyzed according to its indicators, namely the number of subsidiaries, the number of separate subdivisions (branches), total land area and total consolidated return. Organizational management structure in AIFs has been studied by the example of holding companies the land bank of which has tended to grow in recent years (Ukrlandfarming, Myroniskyi Khiboproduct, Privat-AGRO and KSG Agro). Thus the group of companies «Ukrlandfarming» is the most powerful in Ukraine vertically integrated agricultural holding. It has the largest in Ukraine and the world's eighth bank of agricultural land. Management of this group of companies is made directly by the Board of Directors. The company "МНП" is currently the largest producer of chicken meat and meat products in Ukraine and in addition brings together 19 companies with the land bank of 360 thousand hectares in 2015. "Privat -Agro" consists of 20 separate agricultural enterprises operating in 9 regions of Ukraine; the total land bank of "Privat -Agro" includes 116 thousand hectares. The analysis determined a key role of level of management in achieving the efficiency of large-scale agro-industrial formations.*

*Keywords: economic concentration, structural divisions, management structure, the formation of agro-industrial, holding companies.*

**Постановка проблеми.** Під економічною концентрацією ми розуміємо укрупнення підприємств, набуття прямого чи опосередкованого контролю одних суб'єктів господарювання над іншими, створення асоціацій, концернів та корпорацій як форми об'єднань товаровиробників. Виникнення протягом останніх 10-ти років в аграрному секторі України великотоварних агропромислових формувань (АПФ) є формою вияву економічної концентрації, яка вимагає все глибшого аналізу. Одним із елементів такого аналізу є дослідження організаційної структури управління в таких формах господарювання

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Дослідження економічної концентрації та управління на великотоварних АПФ висвітлено в працях таких вчених, як Андрійчука В. Г. [1], Авдашева С. Б. [2], Дем'яненко С. І. [3,4], Данкевича Д. Є. [5], Пасхавера Б. Й. [6] та інших.

**Мета статті** полягає у дослідженні економічної концентрації у великотоварних агропромислових формуваннях та їх структури управління.

**Основні результати дослідження.** Масштаби економічної концентрації холдингів можуть бути описаними за її показниками, а саме: кількістю дочірніх підприємств, кількістю відокремлених підрозділів (філій), загальним розміром земельної площі та загальним обсягом консолідованої виручки. Для аналізу економічної концентрації та організаційної структури управління в АПФ нами обрано ряд холдингових компаній, земельний банк яких



мав за останні роки тенденцію до нарощування. Прикладом таких агро холдингів є такі відомі компанії, як «Ukrlandfarming», «Мироніський хлібопродукт», «Приват-АГРО» та КСГ «Агро».

Група «UkrLandFarming (ULF) є найпотужнішим в Україні вертикально інтегрованим аграрним холдингом, який має найбільший в Україні і восьмий у світі банк сільськогосподарської землі. Підприємства даного агрохолдингу розміщені у 22 із 24 регіонів України та в Автономній Республіці Крим із загальною площею сільськогосподарської землі 654 тис. га. (2015 рік). Компанія створена у 2007 році під керівництвом Олега Бахматюка, який обіймає посаду генерального директора компанії та володіє 95% акцій Ukrlandfarming PLC. Решта 5% належить компанії Cargill. UkrLandFarming спеціалізується на вирощуванні сільськогосподарських культур та тваринництві. До його складу входить найпотужніший у Євразії яечний холдинг AVANGARDCO IPL, який успішно провів IPO на Лондонській фондовій біржі у 2010 року.

Масштабно нарощувати площі майбутній земельний гігант розпочав починаючи з 2010 року, придбавши до 2012 року п'ять великих самостійних агрохолдингів, й тим самим довів земельний банк до 532 тис. га. Ще, за наступні півтора року, за рахунок купівлі українських активів агрохолдингу Valinog російського бізнесмена Кирила Подольського і ще близько 20 невеликих аграрних підприємств компанія, наростила близько 120 тис. га.

Основними напрямки діяльності UkrLandFarming є: рослинництво, насінництво, молочне і м'ясне тваринництво, промислове виробництво яєць та яечних продуктів; виробництво цукру; переробка, зберігання і торгівля зерновими та технічними культурами; дистрибуція агротехніки, запчастин, засобів захисту рослин, мінеральних та спеціальних добрив, насіння.

Виробничі потужності компанії:

- 15 елеваторів і 216 горизонтальних зерносховищ загальною потужністю близько 2,58 млн. тонн зерна;
- 125 тваринницьких ферм із поголів'ям ВРХ 60 тис. голів, якими у 2014 році вироблено 106 тис. тонн молока і 23 тис. тонн яловичини;
- 19 птахофабрик із загальною потужністю 8,6 млрд. шт. яєць в рік
- завод з виробництва сухої яєчної продукції потужністю 6 млн. шт. в день;
- шість цукрових заводів потужністю 450 тис. тон;
- 19 м'ясокомбінатів, потужність переробки яких – 536 тон за зміну;
- дистрибуційні центри: 5 склади, 5 митно-ліцензійних складів, 5 сервісних центрів.

В січні–вересні минулого року обсяг виручки ULF знизився на 24%, до \$354,7 млн., а показник EBITDA впав на 47%, до \$108,6 млн.

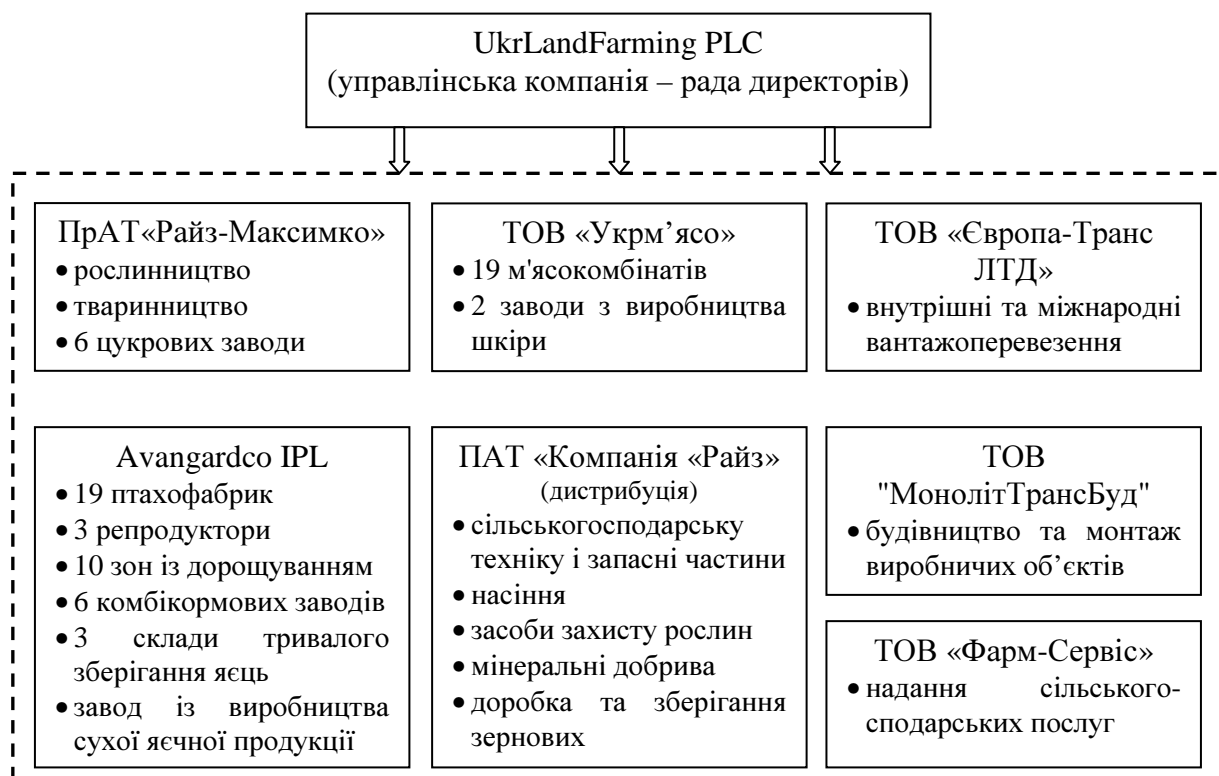
Бахматюк на певний час призупинив нарощення земельного банку. По-перше, через важку економічну ситуацію немає грошей для подальших поглинань. По-друге, потрібно завершити процес інтеграції компаній, придбаних раніше та підвищувати ефективність використання наявних активів. Аналітики журналу Forbes з'ясували, що найближчим часом бізнесмен планує приділити більше уваги ефективності рослинництва шляхом упровадження нових технологій обробітку ґрунту.

Управління групи компаній відбувається безпосередньо радою директорів (зокрема власником – головою ради директорів). Кожен із напрямків діяльності є окремим холдингом, що має свою власну управлінську структуру та відповідає специфіці діяльності і звітується перед радою директорів.

Паралельно у структурі групи компаній функціонують й дистрибуційні центри сільськогосподарської техніки, насіння, засобів захисту рослин, мінеральних добрив, а також послуг з доробки та зберігання зернових, що займає близько 16% валового доходу холдингу [7].

Наведена організаційна будова ULF (рис. 1) відображає те, що управління групи компаній відбувається безпосередньо радою директорів (зокрема власником – головою ради директорів) та створеного нею контролюючого органу.

Варто зауважити, що рада директорів компанії має досить обмежений вплив на діяльність холдингу і не втручається в процес оперативного управління структурних підрозділів. Відносини мають форму погодження фінансових операцій та інвестиційної діяльності, а також подачі періодичної звітності.



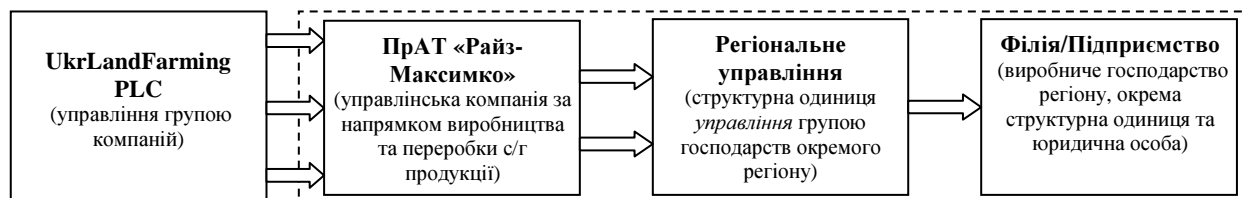
**Рис. 1. Організаційна будова групи компаній UkrLandFarming PLC за напрямками діяльності**

*Джерело: розроблено на основі [8]*

Компанією групи UkrLandFarming PLC за напрямком виробництва та переробки продукції сільського господарства є ПрАТ «Райз-Максимко». Вона є функціональною і поділяється на департаменти та підконтрольні їй служби (рис. 2). Кожен департамент має

керівника, свою структуру управління, механізми взаємодії з регіональними управліннями та між департаментами. Як правило, у кожній службі за спеціалістами закріплено один або декілька регіонів.

Представлена загальна організаційна структура управління агропромислового формування ПрАТ «Райз-Максимко» характеризується трьома умовно-окремими організаційними ланками, з яких дві є управлінськими блоками.



**Рис. 2. Загальна схема організації управління ПрАТ «Райз-Максимко»**

*Джерело: розробка на основі внутрішньої звітності компанії*

Управління ПрАТ «Райз-Максимко» сформоване за територіальним принципом із зв'язками між філіями та управлінською компанією.

Компанія «Миронівський хлібопродукт» (МХП) на сьогодні є найбільшим в Україні виробником курячого м'яса та м'ясних продуктів, відомими під брендами «Наша ряба», «Легко!», «Бащинський», «Європродукт» та ін. Застосовуючи модель вертикальної інтеграції бізнесу веде ефективну діяльність й має при цьому широку географію – працює в 9 регіонах України.

Компанію заснував Юрій Косюк у 1998 році на базі АТЗТ «Миронівський хлібопродукт». Вже у 1999 році розпочинається промислове виробництво м'яса яловичини, свинини та птиці на основному підприємстві "Перемога Нова". В подальші роки компанія стає одним з провідних зерноторгових підприємств України, здобувши контрольний пакет акцій у ВАТ «Миронівський завод з виготовлення круп і комбікормів», земельний банк якої станом на 2015 рік складає 360 тис. га.

Агрохолдинг об'єднує виробничі потужності всього технологічного ланцюжка м'ясного виробництва – від виробництва кормів, інкубаційних яєць, вирощування великої рогатої худоби (32 тис. голів), свиней (40 тис. голів) і домашньої птиці (217 млн. голів) до переробки і реалізації готової продукції [11].

«Миронівський хлібопродукт» об'єднує 19 підприємств, які спеціалізуються на виробництві курятини, інкубаційних яєць, кормів, вирощуванні великої рогатої худоби та виробництві готової продукції. Компанія має такі виробничі потужності [9,10]:

➤ Птахофабрики потужністю 546 тис. тонн – 5 од. (ПрАТ «Миронівська птахофабрика», ПрАТ «Оріль-Лідер», ПрАТ «Дружба народів Нова», ДП «Птахофабрика «Перемога Нова», ТОВ «Вінницька птахофабрика»);

➤ Комбікормові заводи потужністю 1,550 млн. тон – 4 од. (ПАТ «Миронівський завод з виробництва круп і комбікормів», ТОВ «Таврійський комбікормовий завод», ТОВ

«Катеринопільський елеватор», ТОВ «Вінницька птахофабрика», філія «Внутрішньогосподарський комплекс з виробництва кормів»);

➤ Олійнопресові заводи потужністю 296 тис. тонн переробки соняшникової олії – 3 од.;

➤ Дві птахофабрики з розведення батьківського поголів'я та виробництва інкубаційного яйця потужністю 359 млн. шт. (СТОВ «Старинська птахофабрика», ДП Птахофабрика «Шахтарська Нова»);

➤ М'ясокомбінати потужністю переробки 31 тис. тонн – 2 од. (СТОВ «Дружба народів» і її філія та ПрАТ «Український бекон»);

➤ 15 розподільчих центрів компанії та власний парк вантажівок-рефрижераторів, що дозволяють доставляти клієнтам охоложену й заморожену продукцію у якнайкоротші терміни.

У найближчому майбутньому МХП планує збільшити земельний банк до 500 000 га, що зробить його другим агрохолдингом в Україні за розміром земельного банку [10]. У 2014 році компанія збільшила обсяги виробництва продукції у порівнянні з попереднім роком, зокрема продаж курятини зріс на 18%, що склало 546 500 тонн. Таке зростання зумовлено збільшенням виробництва курятини на Вінницькій птахофабриці. Експорт продукції курятини зріс на 15% і склав 140 920 тонн. МХП продовжує втілювати стратегію диверсифікації ринків збуту і досліджувати нові ринки для ведення бізнесу в країнах Азії, Близького Сходу та Африки, нарощуючи обсяги експорту м'яса птиці в ці регіони.

У 2014 році компанія збрала урожай приблизно на 290 тис. га. Варто сказати, що урожайність усіх культур, які вирощувала компанія значно перевищує середню врожайність по Україні, що досягнуто завдяки ефективній роботі та впровадженню найкращих практик. Відтак, валовий збір зернових перевищив 2 млн. тонн. У 2014 році обсяг виробництва м'яса зменшився на 6% і склав 31, 2 тис. тонн. Таким чином, впродовж років, компанія сконцентрувала значний масив земель (360 тис. га), який об'єднує 19 підприємств та близько 50 філій (виробничих підрозділів).

«Приват-Агро», як агрохолдинг був створений в 2005 році на базі 15-ти господарств. Метою такого формування є управління та контроль за аграрними активами ПриватБанку, що виникли в результаті боргових зобов'язань підпорядкованих господарств. В свою чергу, для цього було створено управлінське підприємство ТОВ «Бізнес Агроцентр». Нині «Приват-Агро» це 20 окремих аграрних підприємств, що діють в 9-ти областях України, загальний земельний банк яких складає 116 тис. га. Тут варто зазначити, що подальше збільшення кількості аграрних підприємств в структурі формування відбувалося з метою нарощування банку землі для збільшення вартості агробізнесу (рис.3).

Виробничі напрямки «Приват-Агро» в рослинництві – кукурудза, пшениця озима, соняшник, соя, озимий ріпак; в тваринництві – виробництво молока та м'яса ВРХ (6 господарств), свинарство (4 господарства), вівчарство (1 господарство).

Якщо станом на 2014 рік площа підконтрольна холдинговим компаніям складала 5,85 млн. га, то у 2015 році, за дослідженнями Українського клубу аграрного бізнесу [1] , відбулося її зменшення на 4,5%, до 5,6 млн. га. Однією із основних причин скорочення

земельного банку українськими агрохолдингами стали бойові дії в Донецькій і Луганській області та окупація РФ Криму.



**Рис. 3. Загальна схема організації управління групою «Приват-Агро»**

*Джерело: розроблено на основі внутрішньої звітності компанії*

Найбільших втрат зазнав найбільший аграрний холдинг країни – UkrLandFarming. На зазначених територіях компанія володіла цехом по переробці м'яса (виробнича потужність 26 тис. тонн м'ясної продукції за добу) і чотирма птахофабриками (із 6 тис. курей-несучок). Компанія також мала два елеватора в Донецькій області і ферму (на 13 тис. поголів'я). Через війну була втрачена частина земель компанії «Авангард», яка входить до складу холдингу – птахофабрики "Червоний Прапор" (Луганська обл.) та "Інтербізнес" (Донецька обл.). Варто зазначити, що птахофабрика "Червоний Прапор" була однією із найприбутковіших у холдингу, грошовий обіг якої у 2013 році склав 340 млн. грн. Вказані птахофабрики із загальним поголів'ям курей 3 тис., склали 10 % від усього поголів'я курей холдингу, що було вагомим чинником у формуванні його фінансового результату.

До кінця 2014 року, у зв'язку із необхідністю зменшення ризику втрат, як зазначають у прес-службі «Авангард», була зупинена діяльність ще трьох фабрик, які знаходилися поблизу зони конфлікту: «Донецької» і «Волновахської» (Донецька обл.) та «Богодухівської» (Харківська обл.). Варто зазначити, що грошовий обіг лише «Донецької» птахофабрики склав у 2013 році 491 млн. грн.

Іншими причинами, які вплинули на зменшення компанії є: труднощі доступу до фінансових ресурсів; девальваційні процеси; суттєве закриття зовнішніх ринків збуту для продукції тваринництва.

Неабиякий вплив воєнних дій позначився і на компанії «Агротон». На даний час холдинг не контролює Чорнухинську птахофабрику і племінну птахофабрику «Мирний» у Перевальському районі а також землі в Антрацитівському та Краснодонському районах Луганської області. В результаті зупинки потужностей свої збитки компанія оцінила у \$15 млн.

І це не всі холдинги, які втратили свої структурні підрозділи. В зоні АТО агрохолдинг HarvEast втратив контроль над земельними активами площею 70 тис. га, й ще 20 тис. га залишилися не оброблюваними у зв'язку із близькими воєнними діями й окупацією АР Крим (Сімферопольський, Кіровський та Красногвардійський райони). Крім того, на невідконтрольній території залишилося три елеватори компанії й загальний збиток від втрати сільськогосподарських земель компанія оцінила у \$10 млн.

Зокрема, МХП у 2014 році був змушений призупинити діяльність фабрики у Донецькій області, яка забезпечувала три підприємства холдингу інкубаційними яйцями й частка яких складала до третини від річного обсягу виробництва яєць агрохолдингу.

З іншого боку, агрохолдинг "Миронівський хлібопродукт" провів обмін активами з компанією Agrokultura. Крім того, "МХП" здійснив «обмін» російськими активами «Воронеж Агро Холдинг» (40 тис. га) на земельні угіддя площею 60 тис. га на заході України (Львівській, Тернопільській та Івано-Франківській обл.). МХП, перереєструвавши свої потужності згідно до російського законодавства, продовжує функціонувати в Криму, зокрема це м'ясокомбінат «Дружба народів» та птахофабрика «Дружба народів Нова». Як запевняє менеджмент компанії, МХП не переживав значних проблем в Росії, а ініціатором обміну стала російська сторона.

**Висновок.** Економічна концентрація в агропромислових формуваннях України є важливим чинником нарощування виробничих та експортних потужностей вітчизняного АПК і вимагає адекватної управлінської структури. Великотоварні АПФ, а відтак холдингові компанії – це є багато-галузеві та великі за розмірами структури, питання оптимального розміру яких продовжує залишатися актуальним і може стати предметом окремого наукового дослідження.

1. Андрійчук В. Г. *Проблемні аспекти регулювання функціонування агропромислових компаній* / В. Г. Андрійчук // *Економіка АПК*. - 2014. - № 2.

2. Авдашева С. Б. *Российские холдинги: новое эмпирические свидетельства* / С. Б. Авдашева // *Вопросы экономики*. – 2007. - № 1.

3. Дем'яненко С. І. *Агрохолдинги в Україні: процес становлення та розвитку* / С. І. Дем'яненко // *Економіка України*. – 2009. – № 12.

4. Дем'яненко С. І. *Специфіка організаційно-економічної складової великотоварних агропромислових формувань та її вплив на їх функціонування* / С. І. Дем'яненко // *Формування ринкової економіки*. – 2015. – № 33.

5. Данкевич А. Є. *Організаційно-економічні засади розвитку агрохолдингів* / А. Є. Данкевич // *Економіка АПК*. – 2012. – № 1.

6. Пасхавер Б. Й. *Концентрація та ефективність сільського господарства* / Б. Й. Пасхавер // *Економіка АПК*. – 2013. – № 1.

7. *Матеріали офіційного сайту «УкрЛендФармінг» [Електронний ресурс]*. – Режим доступу: <http://www.ulf.com.ua/ua>

8. *Матеріали офіційного сайту ПАТ «Миронівський хлібопродукт» (МХП) [Електронний ресурс]*. – Режим доступу: <http://www.agrotimes.net/factories/factory/118-mironivskij-hliboproduct>

9. *Лучка О. 5 найбільших агрокомпаній України за розміром земельного банку [Електронний ресурс]* / О. Лучка. – Режим доступу: [http://economics.lb.ua/state/2016/01/13/325366\\_5\\_naybilshih\\_agrokompan\\_y\\_ukraini.html](http://economics.lb.ua/state/2016/01/13/325366_5_naybilshih_agrokompan_y_ukraini.html)

*Стаття надійшла до редколегії 01.03.2016 р.*

УДК 330.322:637

Пстухова О. М.,

д.е.н., професор,

кафедра менеджменту та адміністрування,

Національний університет харчових технологій, м. Київ

## ІНВЕСТИЦІЙНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ РОЗВИТКУ МОЛОКОПЕРЕРОБНИХ ПІДПРИЄМСТВ

*Розглянуто стан, складові та напрями інвестиційного розвитку молокопереробних підприємств. Обґрунтовано значущість інвестування розвитку молокопереробних підприємств з огляду на важливість забезпечення населення держави якісним молоком і молокопродуктами та формування експортного потенціалу молокопереробної галузі. Доведено, що розвиток молокопереробних підприємств в стратегічній перспективі потребує суттєвого поліпшення його інвестиційного забезпечення. Запропоновано напрями інвестиційного забезпечення розвитку молокопереробних підприємств та їхньої сировинної бази.*

*Ключові слова:* інвестування, молокопереробні підприємства, напрями інвестицій, ефективність, інтеграція, фінансування.

## ИНВЕСТИЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ РАЗВИТИЯ МОЛОКОПЕРЕРАБАТЫВАЮЩИХ ПРЕДПРИЯТИЙ

Петухова О. М.

*Рассмотрено состояние, составляющие и направления инвестиционного развития молокоперерабатывающих предприятий. Обоснована значимость инвестирования развития молокоперерабатывающих предприятий, учитывая важность обеспечения населения государства качественным молоком и молочными и формирования экспортного потенциала молокоперерабатывающей отрасли. Доказано, что развитие молокоперерабатывающих предприятий в стратегической перспективе требует существенного улучшения его инвестиционного обеспечения. Предложены направления инвестиционного обеспечения развития молокоперерабатывающих предприятий и их сырьевой базы.*

*Ключевые слова:* инвестирование, молокоперерабатывающие предприятия, направления инвестиций, эффективность, интеграция, финансирование.

## INVESTMENT SUPPORT OF DEVELOPMENT OF MILK PROCESSING ENTERPRISES

Pietukhova O.

*The article deals with the problems of investment maintenance of dairy plants. The condition, components and directions of investment development of the industry investigated. The importance of investment of development of the milk-processing enterprises is proved,*

*considering importance of providing the population of the state with qualitative milk and dairy and formations of an export potential of milk-processing branch. The features of export and import of milk and dairies are investigational. The basic spheres of economic activity, related to the production and processing of milk, are certain. Possibility of increase in production of dairy and dairy products, such as extensive and intensive ways is defined. Priority areas for development of dairy plants are defined. It is proved that the development of milk processing plants in the long term requires a significant investment to improve its security. Identify of investment priorities for the development of dairy enterprises. Directions of investment maintenance of dairy plants and their raw materials offered.*

*Keywords: investment, milk processing enterprises, the investment direction, effectiveness, integration, financing.*

**Постановка проблеми.** Розвиток агропродовольчої сфери економіки України потребує інвестицій. Особливо це стосується молокопродуктового підкомплексу, який вирізняється гостротою проблем сировини, якості продукції, залучення інвестиційних ресурсів і високої капіталомісткості виробництва молока і молокопродуктів. Від інвестиційного розвитку молокопереробних підприємств значною мірою залежить вирішення питань забезпечення населення держави якісним молоком і молокопродуктами та формування експортного потенціалу молокопереробної галузі. Необхідність розв'язання зазначеного завдання має національне значення та обумовлюється багатьма причинами – важливістю молока і молочних продуктів у споживчому кошику населення, роллю молочного скотарства у життєдіяльності сільських родин, місцем виробництва і переробки молока в економіці та агропромисловому виробництві, потенційною ємністю ринку, що виникла внаслідок недоспоживання, експортним потенціалом галузі тощо. Тому проблема інвестиційного забезпечення розвитку молокопереробних підприємств має важливе національне значення, а дослідження напрямів її розв'язання є актуальною.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Теоретичні та практичні проблеми інвестування розвитку молокопереробної промисловості України досліджувалися у роботах таких вітчизняних і зарубіжних учених-економістів як С. А. Гошкодер, М. В. Калінчик [4], М. І. Кісіль [1,5], О. В. Коваленко, Ю. О. Лупенко [5], В. Я. Месель-Веселяк, Т. Л. Мостенська, М. М. Одинцов [4], М. К. Пархомець [6], А. Петрина, П. Т. Саблук [3], Г. Тимчук, Л. М. Уніят [6], Дж. С. Хибма, О. М. Шпичак та інші дослідники. Проте напрями інвестиційного забезпечення розвитку молокопереробних підприємств, інвестиційних пріоритетів і одночасного вирішення проблем виробництва і заготівель молока досліджені недостатньо.

**Мета статті.** Дослідити і науково обґрунтувати пропозиції щодо напрямів інвестиційного забезпечення розвитку молокопереробних підприємств та їхньої сировинної бази.

**Основні результати дослідження.** За результатами дослідження встановлено, що незважаючи на важливість молока і молокопродуктів для населення, його виробництво і споживання упродовж понад двох десятиліть скорочується, що призводить до значних втрат



у галузі й залежності від імпорту. Якщо за нормативами МОЗ обсяг споживання молока з розрахунку на одну особу має складати 380,0 кг у рік, то нині цей показник в Україні складає лише 60% від норми. У зв'язку з цим обсяг внутрішнього споживання молока слід збільшити до розміру 17,4 млн. т на рік.

Виробництво молока і молочних продуктів в Україні також вирізняється значним експортним потенціалом, що зумовлює потребу додаткового нарощування обсягів їх виробництва. Питання розвитку експорту молока та молочних продуктів має велике значення для держави. На відміну від імпорту, експорт молока останнім часом вирізняється більш значним коливанням цінової кон'юнктури. Це пояснюється негативами в економічних та політичних відносинах з Російською Федерацією, яка була основним імпортером українських молокопродуктів, особливо сирів.

Проте нині національні виробники покладають велику надію на експорт молокопродуктів до Європейського союзу, що має підвищити конкурентоспроможність України на ринку Європи. Водночас, експорт молока і молочних продуктів у середньому в три-чотири рази перевищує обсяги імпорту та має загальну тенденцію до зростання. Збільшення виробництва молока і молочних продуктів можливе як екстенсивним шляхом – через нарощування поголів'я корів, так й інтенсивним – на основі підвищення продуктивності великої рогатої худоби. Для українського молокопродуктового підкомплексу нині актуальні обидва шляхи, проте з огляду на окупність інвестицій доцільнішим є шлях інтенсифікації виробництва молока і молокопродуктів.

Існуючі експертні оцінки можливостей та результатів інтенсифікації виробництва молока різняться. Цифри, які оприлюднюються у зв'язку з продуктивністю, коливаються від 5 до 10 тис. кг і більше молока на рік від однієї корови, що має відповідати міжнародним стандартам [2, 3, 6]. Проте, зважаючи на найближчу перспективу, такі обсяги для України є недосяжними і вихід на продуктивність з 5 тис. кг. до 6-7 тис. кг. вважався б дуже великим досягненням. Виходячи із орієнтовної потреби виробництва молока та визначеної продуктивності корів, доцільно наростити поголів'я до 3172 тисяч. При цьому зростання кількості поголів'я та підвищення продуктивності корів доцільно забезпечувати в усіх регіонах держави.

Збільшення обсягів виробництва молока, яке є важливим напрямом розвитку молокопереробних підприємств, потребує забезпечення цілої низки умов. Однією із основних із них є забезпечення притоку інвестицій у сфери виробництва і заготівлі молока. При цьому інвестиції потрібно вкласти не лише у сферу виробництва і переробки молока, а й у виробництво кормів, селекцію, транспорт, розвиток інфраструктури і торгівлі, налагодження фітосанітарного та інших видів контролю, ветеринарне обслуговування тощо. Серед цих сфер економічної діяльності, пов'язаних із виробництвом і переробкою молока, найбільшу роль відіграють три. Перша – вирощування та утримання молочного поголів'я і виробництво молока; друга – виробництво кормів для молочного скотарства; третя – молокопереробна промисловість.

За розрахунками Національного наукового центру «Інститут аграрної економіки» та Інституту кормів і сільського господарства Поділля, загальна потреба сільськогосподарських

підприємств в інвестиціях в основний і оборотний капітал на створення молочної ферми на 300 корів з розрахунку на одну корову із шлейфом для цінових умов 2013 року становить 203 тис. грн., зокрема капітальні інвестиції на створення ферми становлять 88, її кормовиробництва 25 і формування оборотного капіталу 90 тис. грн., що з урахуванням інфляції нині ще більше [1]. Щоб забезпечити таку потребу, необхідно щорічно спрямовувати інвестиції в основний капітал на оновлення та розширення основних засобів, спрямовуючи їх передусім на здійснення реконструкції тваринницьких приміщень, будівництво великих комплексів, придбання машин і обладнання для механізації виробничих процесів, впровадження прогресивних технологій, племінну справу та розв'язання інших проблем розвитку тваринництва. При цьому на одну корову зі шлейфом необхідно 1,8 га кормової площі [1].

Додаткове виробництво молока потребує відповідного розвитку переробних потужностей, що включає модернізацію, заміну старого обладнання на нове, більш ефективне (інтенсивний шлях розвитку) та збільшення потужностей через придбання нового обладнання і кількості молокопереробних підприємств (екстенсивний шлях розвитку). Тобто, приріст виробництва молока може бути забезпечений одночасним спрямуванням інвестицій у кормовиробництво, молочне скотарство та молокопереробну промисловість. За даними ННЦ «Інститут аграрної економіки» [1], співвідношення цих інвестицій у відсотках складає відповідно 1:80:19.

Оскільки сільське господарство є, і в стратегічній перспективі буде залишатися багатоукладним, виробництва молока слід здійснювати з використанням різних форм господарювання шляхом: розвитку спеціалізованого товарного виробництва молока у великих і середніх господарствах; створення ферм середнього розміру в фермерських господарствах і міні-ферм в особистих селянських господарствах; розвитку державних господарств як бази ресурсного та інноваційного забезпечення галузі скотарства; створення ефективної системи селекції; розвитку спеціалізованого кормовиробництва та комбікормової промисловості; технічного та технологічного переоснащення галузі; удосконалення системи контролю якості та безпечності молочної продукції.

Як правило, при прийнятті рішення про інвестування, стратегічні інвестори звертають увагу на рівень інвестиційної привабливості об'єктів інвестування, у першу чергу на фінансові показники результатів діяльності підприємств.

Крім фінансових показників, які відображають здатність підприємства генерувати необхідні грошові потоки та свідчать про рівень ефективності прийнятих управлінських рішень у попередніх періодах, важливе значення мають якісні показники діяльності кожного підприємства, які потенційний інвестор урахує при виборі об'єкту інвестування. Так, стратегічного інвестора цікавить не тільки фінансовий аспект діяльності підприємства, а й здатність підприємства залишатися конкурентоздатним на ринку у періоди кризи та виникнення непередбачених ситуацій [7].

Разом із визначенням напрямів інвестиційного забезпечення та розвитку молокопереробництва важливо забезпечити цілісність інвестиційної діяльності. Виробництво молока і молочних продуктів здійснюється упродовж певного виробничого циклу, де

ефективність роботи кожної ланки вирізняється значною взаємозалежністю з іншими. Збій у роботі однієї ланки, зниження якості її продукту чи порушення строків виробництва і постачання іншій ланці може призвести до погіршення функціонування усього виробничого ланцюжка, зниження якості кінцевої продукції або до її повної втрати.

Покупцям високоякісні молочні продукти надійдуть лише за умови, коли належним чином організована робота торговельної мережі, підтримуються температурний і санітарний режими, дотримуються строки реалізації. У свою чергу, для того щоб до підприємств торгівлі надходили якісні молочні товари, необхідно певним чином організувати перевезення, забезпечивши спеціальне обладнання транспортних засобів, дотримання строків і умов транспортування, висококваліфіковану логістику тощо.

Водночас основною умовою у забезпеченні даного ланцюжка є ефективна робота підприємств молочної промисловості. Виробництво молока і молочних продуктів, які за своєю якістю, корисністю, дизайном тощо відповідають сучасним уподобанням споживачів, потребує застосування сучасних технологій промислової переробки молока, забезпечення необхідними основними засобами (холодильними установками, контролерами якості, котлами, мішалками, фасувальними установками тощо) та загалом ефективної організації роботи підприємств.

Разом із тим, не втрачає своєї актуальності забезпечення безперебійного і ритмічного постачання якісної сировини. На цьому етапі знову непересічну роль відіграє транспортне забезпечення, яке для молоковиробництва, на відміну від багатьох інших підгалузей і сфер діяльності, має вкрай важливе значення. Крім того, потрібна налагоджена робота лабораторій від інших суб'єктів із перевірки якості молочної сировини та санітарного контролю, виробництва додаткових інгредієнтів (молочнокислих бактерій та інших мікроорганізмів, що беруть участь у процесі виробництва, смакових наповнювачів, солей-плавників, консервантів, барвників тощо).

Зауважимо, що провідна роль належить сільськогосподарським товаровиробникам – постачальникам молока. Вони повинні забезпечувати промисловість достатнім обсягом молока, відповідної якості за вмістом жиру і протеїнів, рівнем бактеріальної забрудненості тощо. Це, в свою чергу, потребує не лише сучасного рівня обладнання тваринницьких ферм і комплексів, автоматизації і комп'ютеризації виробничого процесу, а й злагодженої роботи селекційної служби, кормовиробництва, утилізації гною тощо.

Найбільш ефективним і раціональним є органічний розвиток усіх ланок (як основних, так і додаткових), що задіяні у процесі виробництва і реалізації молока і молочних продуктів. Тільки так можна забезпечити розвиток молоковиробництва в країні та досягнути високої ефективності інвестицій.

Тому необхідним є розвиток кооперацій й інтеграції виробництва шляхом реалізації комплексних інвестиційних проектів, в яких саме молокопереробне підприємство має бути центральною ланкою.

Створення інтеграційних формувань з виробництва молока і молочних продуктів буде сприяти забезпеченню: прямих ефектів кожного з учасників економічних відносин у підкомплексі, адже сприятимуть реалізації закону синергії; стабілізації діяльності та її

ритмічність процесів виробництва і обміну; захисту від негативного впливу зовнішнього економічного середовища; постійному оновленню і модернізації виробництва; запровадженню сучасних інноваційних технологій тощо. Діяльність інтеграційних формувань із виробництва та реалізації молока і молочних продуктів створюватиме певні ефекти і переваги для споживачів, держави, фінансових установ, інвесторів та інших суб'єктів господарювання.

Водночас, інтеграційні процеси та кооперація на тлі посилення комерційно-виробничих та інших позицій учасників можуть спричиняти окремих фінансові, комерційні, технічні та інші ризики у вигляді диспропорцій на ринку, недобросовісної конкуренції, ланцюгового поширення кризових явищ, втрати контролю над капіталом окремими власниками тощо. Ризики виникають як для учасників інтеграційного формування, так і для інших суб'єктів ринку, держави, споживачів.

Загалом утворення інтеграційних формувань з виробництва і переробки молока сприятиме розвитку різних сторін роботи молокопродуктового підкомплексу. Проте, насамперед, воно забезпечить впровадження новітніх технологій, підвищення якості та поліпшення фінансування інвестиційних проектів.

Окрім того, основними напрямками інвестиційного забезпечення розвитку молокопереробних підприємств є їх модернізація, реконструкція і технічне переозброєння, залучення інвестиційних ресурсів на фондових ринках, раціональне використання власних коштів, використання коштів на створення систем управління якістю молока і молокопродуктів тощо.

**Висновок.** Інвестиційне забезпечення розвитку молокопереробних підприємств є безальтернативним підґрунтям вирішення проблеми забезпечення населення молоком і продуктами його перероблення відповідно до нормативної потреби їх споживання. Розвиток молокопереробних підприємств неможливий без відповідного нарощування виробництва молока у сільському господарстві й розвитку кормовиробництва. Це потребує комплексного підходу до інвестиційного забезпечення молокопереробних підприємств та молокопродуктового підкомплексу в цілому. Основними напрямками інвестиційного забезпечення розвитку молокопереробних підприємств є їх модернізація, реконструкція і технічне переозброєння, формування інтегрованих структур з виробниками молока, посередницькими структурами і торгівлею, залучення інвестиційних ресурсів на фондових ринках, раціональне використання власних коштів, використання коштів на створення систем управління якістю молока і молокопродуктів тощо.

1. *Методи і практика оцінки ефективності інвестицій у польове кормовиробництво сільськогосподарських підприємств: монографія / [М.І. Кісіль, І.С. Спринчук, І.С. Воронецька та ін.]; за ред. М.І. Кісіля. – К : ННЦ “ІАЕ”, 2014.*

2. *Національний проект «Відроджене скотарство». – К. : ДІА, 2011.*

3. *Саблук П. Т. Чи будуть «молочні ріки» України повноводними? / П. Т. Саблук // АгроПерспектива. – 2007. – № 1.*

4. *Калинчик Н.В. Формирование и функционирование рынка молока и*

молокопродуктов в Україні: монографія / [Н. В. Калинчик, М. М. Одинцов, О. М. Одинцов ]. – Черкасы, 2007.

5. Стратегічні напрями інвестиційного забезпечення розвитку сільського господарства України на період до 2020 року / [Лупенко Ю. О., Дем'яненко М. Я., Кісіль М. І. та ін.]; за ред. Ю. О. Лупенка та М. І. Кісіля. – К.: ННЦ ІАЕ, 2012.

6. Пархоμεць М. К. Аналіз ефективності інвестицій на підприємствах молочної промисловості: організація та методика / М. К. Пархоμεць, Л. М. Уніят. – Тернопіль: Економічна думка, 2006.

7. Якимчук Т. В. Фінансове забезпечення інвестиційної діяльності підприємств молочної промисловості / Т. В. Якимчук // Економічний аналіз. – 2014. – Том 18. – № 2.

Стаття надійшла до редколегії 29.02.2016 р.

УДК 631.11:658.152

Пріб К. А.,  
д.е.н., професор, кафедра менеджменту,  
Інститут підготовки кадрів державної служби  
зайнятості України, м. Київ

### ІНДИКАТОРИ ВІДТВОРЕННЯ ОСНОВНИХ ЗАСОБІВ В СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВАХ

*В статті розкрито підходи до удосконалення системи моніторингу процесів відтворення основних засобів у сільськогосподарських підприємствах. Запропоновано використовувати три групи індикаторів аналітичного, динамічного і порівняльного характеру. Доведено, що такий методологічний підхід забезпечить одночасне вивчення стану, динаміки та порівняльної характеристики відтворення основних засобів у сільськогосподарських підприємствах. Запропоновано в якості основних аналітичних індикаторів використовувати показники зносу основних засобів та забезпеченості інвестиційних потреб на відтворення. До динамічних індикаторів віднесено індекси зміни стану основних засобів, приросту капітальних інвестицій та зміни рівня інвестиційного забезпечення відтворення основних засобів. Обґрунтовано, що аналітичні і динамічні індикатори потрібно доповнювати порівняльними індексами стану основних засобів, інтенсивності інвестиційних процесів та інвестиційного забезпечення належного рівня відтворення. Виявлено, що нині процеси відтворення в сільському господарстві більш інтенсивні порівняно з економікою в цілому. Стан основних засобів у підприємствах галузі в середньому кращий, ніж у інших суб'єктів економіки. На цілі відтворення основних засобів витрачається значний обсяг інвестиційних ресурсів. Попри це рівень відтворення залишається не достатнім і не відповідає потребам галузі і товаровиробників. Тому нагальною залишається проблема активізації процесів відтворення основних засобів в сільськогосподарських підприємствах.*

*Ключові слова:* відтворення, основні засоби, сільськогосподарські підприємства, моніторинг, індикатор, динамічні індекси, порівняльні індекси.

### ИНДИКАТОРЫ ВОСПРОИЗВОДСТВА ОСНОВНЫХ СРЕДСТВ В СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЯХ

Пріб Е. А.

*В статье раскрыты подходы к совершенствованию системы мониторинга процессов воспроизводства основных средств в сельскохозяйственных предприятиях. Предложено использовать три группы индикаторов аналитического, динамического и сравнительного характера. Доказано, что такой методологический подход обеспечит одновременное изучение состояния, динамики и сравнительной характеристики воспроизводства основных средств сельскохозяйственных предприятий. Предложено в качестве основных аналитических индикаторов использовать показатели износа основных средств и обеспеченности инвестиционных потребностей для*

воспроизведения. К динамическим индикаторам отнесены индексы изменения состояния основных средств, прироста капитальных инвестиций и изменения уровня инвестиционного обеспечения воспроизводства основных средств. Обосновано, что аналитические и динамические индикаторы нужно дополнять сравнительными индексами состояния основных средств, интенсивности инвестиционных процессов и инвестиционного обеспечения надлежащего уровня воспроизводства. Выявлено, что в настоящее время процессы воспроизводства в сельском хозяйстве более интенсивные по сравнению с экономикой в целом. Состояние основных средств на предприятиях отрасли в среднем лучше, чем в других субъектов экономики. На цели воспроизводства основных средств расходуется значительный объем инвестиционных ресурсов. Несмотря на это уровень воспроизведения остается недостаточным и не соответствует потребностям отрасли и товаропроизводителей. Поэтому насущной остается проблема активизации процессов воспроизводства основных средств в сельскохозяйственных предприятиях.

*Ключевые слова:* воспроизводство, основные средства, сельскохозяйственные предприятия, мониторинг, индикатор, динамические индексы, сравнительные индексы.

#### INDICATORS OF REPRODUCTION OF FIXED ASSETS IN THE AGRICULTURAL ENTERPRISES

Prib K.

*The article deals with approaches to improve the processes of monitoring the reproduction of fixed assets in the agricultural enterprises. It is proposed to use three groups indicators of analytical, dynamic and comparative nature. It is proved that this methodological approach will provide a simultaneous study of the state, dynamics and comparative characteristics of the reproduction of fixed assets of agricultural enterprises. It is proposed as the main analytical indicators used wear indicator and the provision of investment for reproduction. By the dynamic indexes the indicator assigned state changes of fixed assets, growth capital investments and changes in the level of investment to ensure the reproduction of fixed assets. It is proved that the analytical and dynamic indicators you need to supplement the benchmark index of fixed assets, the intensity of investment processes and investment to ensure proper replacement level. It was revealed that the current processes of reproduction in agriculture more intensive in comparison with the overall economy. The condition of fixed assets at the enterprises of branch is on average better than in other subjects of economy. On the purpose of reproduction of fixed assets consumed a significant amount of investment resources. Despite this level of reproduction it remains inadequate and does not meet the needs of the industry and producers. So urgent is the problem of activation of processes of reproduction of fixed assets in the agricultural enterprises.*

*Keywords:* reproduction, fixed assets, agricultural enterprises, the monitoring, the indicator, the dynamic index, the benchmark index.

**Постановка проблеми.** Відтворення основних засобів створює основу для ефективного функціонування економічних систем. Особливо значимим воно є для сільськогосподарських підприємств, адже ефективність їхньої діяльності значною мірою

залежить від здатності виробляти конкурентоспроможну за ціновими і якісними характеристиками продукцію, що у сучасному світі не можливе без відповідного технічного і технологічного забезпечення.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Питання відтворення основних засобів в сільськогосподарських підприємствах активно досліджуються вітчизняними вченими. Серед них особливо значний доробок належить В. Г. Андрійчуку [2], Я. К. Білоуську [4], А. А. Клименку [5], М. М. Могилувій [3], Г. М. Підлісецькому [3], П. Т. Саблуку [1], В. Л. Товстопяту [4], А. В. Череп [5] й іншим. В наукових публікаціях розкриваються питання щодо підвищення рівня фондооснащеності сільськогосподарського виробництва, формування ефективної амортизаційної політики, удосконалення методичних підходів до переоцінки основних засобів в системі відтворення, оптимізації джерел фінансування та цінові чинники відтворення тощо.

Незважаючи на значні наукові напрацювання, питання щодо забезпечення належного рівня відтворення основних засобів в сільськогосподарських підприємствах, пошуку найраціональніших джерел його фінансування та напрямів ефективного використання акумульованих засобів не втрачають своєї актуальності і потребують подальшого вивчення. Зокрема, з огляду на поступові зміни інформаційного забезпечення статистичних спостережень та нагальну потребу щодо оптимізації системи моніторингу відтворювальних тенденцій, необхідним є удосконалення методичних засад та обґрунтування системи індикаторів оцінювання процесів відтворення основних засобів.

Виходячи з вищевикладеного, **метою статті** стала розробка та апробація сукупності індикаторів аналізу відтворення основних засобів в сільськогосподарських підприємствах.

**Основні результати дослідження.** Для моніторингу наявності, стану й процесів відтворення основних засобів у сільськогосподарських підприємствах використовують здебільшого аналітичні показники, які уможливають вимірювання і оцінку лише окремих сторін означених процесів.

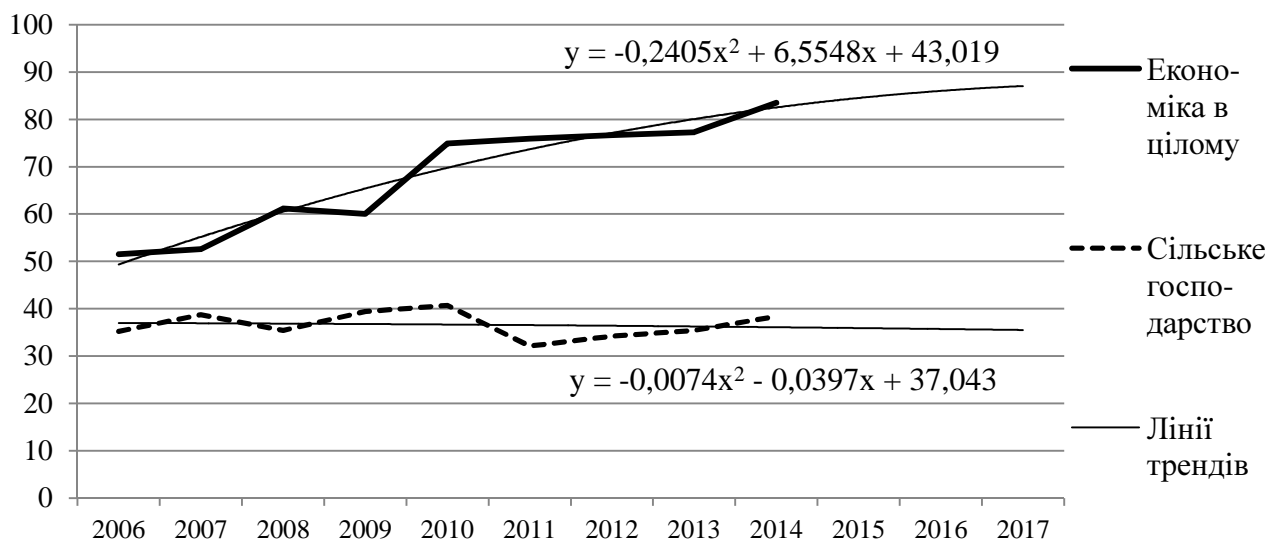
В оцінюванні стану основних засобів основним аналітичним індикатором є рівень їх зносу, що визначається як співвідношення вартості зносу до первісної вартості основних засобів. Так, нині рівень зносу основних засобів в сільському господарстві залишається значним і упродовж останніх років коливається в межах 32–41 % (рис. 1).

Водночас, рівень зносу основних засобів у сільському господарстві значно нижчий, ніж в економіці в цілому, де зростав у динаміці та сягнув у 2014 р. критичної межі у 83,5 %. Здійснений прогноз дає підстави очікувати подальше поступове погіршення стану основного капіталу у разі не вжиття системи антикризових заходів, спрямованих на забезпечення повноцінного відтворення.

Проте, в процесі оцінок не доцільно обмежуватися лише аналітичними показниками. Для формування системи ефективного моніторингу доцільно використовувати три групи індикаторів: аналітичного, динамічного і порівняльного характеру. Динамічні індикатори дадуть уявлення про зміни показників у часі. Їхня необхідність викликана тим, що відтворення є динамічним процесом, а отже, його аналіз неможливий без застосування індексів та інших видів динамічних величин. В свою чергу порівняльні індикатори



уможливляють виявлення співвідношень між аналітичними показниками по сільськогосподарських підприємствах та господарюючих суб'єктах економіки в цілому, що дозволить оцінити глибину проблем відтворення в галузі. Такий методологічний підхід забезпечить одночасне вивчення стану, динаміки та порівняльної характеристики відтворення основних засобів у сільськогосподарських підприємствах.



**Рис. 1. Динаміка та прогноз рівнів зносу основних засобів в сільському господарстві порівняно з економікою, %**

В якості динамічних індикаторів доцільно використовувати індекси зміни. Так, індекс зміни стану основного капіталу в сільськогосподарських підприємствах ( $I_{озсг}$ ) слід обчислювати за формулою:

$$I_{озсг} = \frac{P_{озсг1}}{P_{озсг0}} \quad (1)$$

де  $P_{озсг1}$  – рівень зносу основних засобів в сільськогосподарських підприємствах в аналізованому періоді;

$P_{озсг0}$  – рівень зносу основних засобів в сільськогосподарських підприємствах в періоді порівняння.

Індекс зміни стану основного капіталу в господарюючих суб'єктах економіки в цілому ( $I_{озек}$ ) слід обчислювати аналогічним чином.

Порівняльний індекс стану основних засобів ( $П_{оз}$ ) потрібно обчислювати за такою формулою:

$$П_{оз} = \frac{P_{озсг}}{P_{озек}} \quad (2)$$

Наведені вище індикатори дозволяють оцінити стан наявних основних засобів, його зміну в динаміці та порівняти з господарюючими суб'єктами в економіці. Їх оцінка у 2010–2014 рр. наведена в табл. 1.

Незважаючи на відносно задовільний порівняльний індекс – 0,45–0,46 у 2012–2014 рр. відбувається деяке погіршення стану основних засобів в сільському господарстві упродовж

останніх трьох років. Це підтверджує необхідність активізації відтворювальних процесів.

**Таблиця 1. Порівняльна характеристика стану основних засобів в сільському господарстві й економіці в цілому**

Показники	Роки				
	2010	2011	2012	2013	2014
Рівні зносу основних засобів, %: в сільському господарстві	40,7	32,1	34,2	35,4	38,4
в економіці	74,9	75,9	76,7	77,3	83,5
Індекси погіршення стану основних засобів: в сільському господарстві	1,03	0,79	1,07	1,04	1,08
в економіці	1,25	1,01	1,01	1,01	1,08
Порівняльний індекс стану основних засобів	0,54	0,42	0,45	0,46	0,46

Джерело: обчислено автором на підставі даних Державної служби статистики України [6]

Для оцінювання відтворення необхідно здійснювати моніторинг індикаторів інвестування, які дозволяють оцінити інтенсивність інвестиційних процесів та рівень забезпечення інвестиційних потреб на відтворення основних засобів. До означеної групи індикаторів відноситься індекс приросту капітальних інвестицій в основні засоби у сільськогосподарських підприємствах ( $Ini_{cs}$ ), яких необхідно обчислювати за формулою:

$$Ini_{cs} = \frac{I_{cs1}}{I_{cs0}} \quad (3)$$

де  $I_{cs1}$  – сукупний обсяг капітальних інвестицій в основні засоби, вкладених сільськогосподарськими підприємствами в аналізованому періоді;

$I_{cs0}$  – сукупний обсяг капітальних інвестицій в основні засоби, вкладених сільськогосподарськими підприємствами в періоді порівняння.

Аналогічно обчислюється індекс приросту капітальних інвестицій господарюючих суб'єктів в економіці в цілому ( $Ini_{ek}$ ).

Порівняльний індекс інтенсивності інвестиційних процесів ( $III_i$ ) слід визначати за формулою:

$$III_i = \frac{Ini_{cs}}{Ini_{ek}} \quad (4)$$

У разі, коли динамічні індекси приросту капітальних інвестицій в економіці та у сільськогосподарських підприємствах не досягають одиниці, це свідчить про наявність та поглиблення кризи відтворення. При чому, зниження порівняльного індексу свідчить про її посилення саме в сільськогосподарських підприємствах.

Нині відтворення основних засобів в сільському господарстві порівняно більш інтенсивне, ніж в економіці в цілому (табл. 2 і рис. 2).

В економіці в цілому упродовж останніх трьох років обсяги капітальних інвестицій в абсолютному вимірі скорочуються не зважаючи доволі на значний рівень інфляції – з 273,3 млрд. грн. у 2012 р. до 219,4 млрд. грн. у 2014 р. При цьому капітальні інвестиції в

сільському господарстві скорочуються значно повільніше. Це є, з одного боку, причиною, а, з іншого боку, наслідком досить високого рівня рентабельності й прибутковості сільськогосподарського виробництва. Якщо в економіці в середньому за рік відтворюється від 1,5 до 3,1 % основних засобів, то в сільському господарстві цей рівень зазвичай перевищує 10 %.

**Таблиця 2. Рівень відтворення основних засобів в сільському господарстві порівняно з економікою в цілому**

Показники	Роки				
	2010	2011	2012	2013	2014
Капітальні інвестицій, млрд. грн.: в сільському господарстві	10,8	16,1	18,6	18,2	18,4
в економіці в цілому	180,6	241,3	273,3	249,9	219,4
Усереднена частка капітальних інвестицій в основні засоби, %	96,17	96,11	96,93	95,81	96,63
Вартість основних засобів, млрд. грн.: в сільському господарстві	111,3	114,9	134,3	151,8	167,3
в економіці в цілому	6648,8	7397,0	9148,0	10401,3	13752,1
Річний рівень відтворення основних засобів, %: в сільському господарстві	9,34	13,50	13,40	11,47	10,62
в економіці в цілому	2,61	3,14	2,90	2,30	1,54
Індекс приросту інвестицій: в сільському господарстві	1,49	1,15	0,98	1,01	1,16
в економіці	1,34	1,13	0,91	0,88	1,19
Порівняльний індекс інтенсивності інвестиційних процесів	1,12	1,02	1,07	1,15	0,98

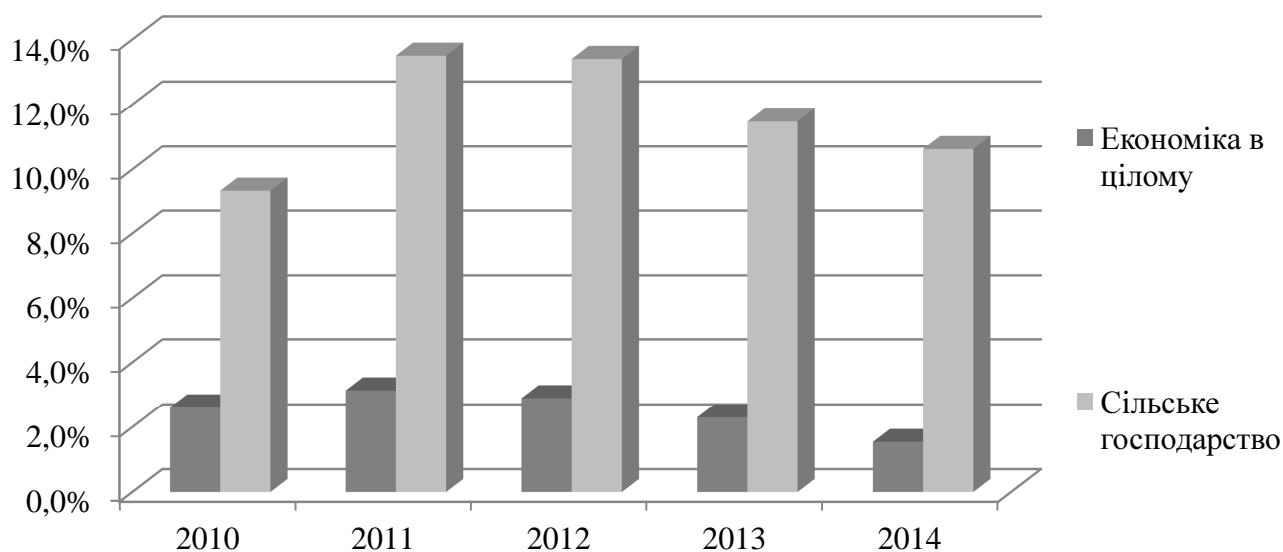
*Джерело: обчислено на підставі даних Державної служби статистики України [6]*

Індекси приросту інвестицій в сільському господарстві, за виключенням 2012 р., перевищували одиницю, а порівняльний індекс свідчить про те, що процес відтворення в галузі більш інтенсивний, ніж в економіці України в цілому.

Попри виявлену позитивну динаміку рівень відтворення основних засобів в сільськогосподарських підприємствах залишається не достатнім і не відповідає потребам галузі і товаровиробників.

Потрібно зауважити, що навіть у випадках, коли індекси приросту капітальних інвестицій відображають поступову активізацію інвестиційних процесів, рівень забезпеченості інвестиційних потреб суб'єктів господарювання та, зокрема, сільськогосподарських підприємств на відтворення основних засобів може залишатися незадовільним. Для його оцінювання необхідно використовувати показники рівня забезпеченості інвестиційних потреб. Індекси зміни цих показників сигналізують про посилення чи послаблення інвестиційної кризи відтворення, а порівняльний індекс інвестиційного забезпечення – про її гостроту в сільськогосподарських підприємствах

порівняно з економікою в цілому.



**Рис. 2. Динаміка відтворення основних засобів в сільському господарстві порівняно з економікою, %**

Відповідні індикатори обчислюються у наступний спосіб. Рівень забезпеченості інвестиційних потреб на відтворення основних засобів у сільськогосподарських підприємствах ( $Pin_{cz}$ ):

$$Pin_{cz} = \frac{I_{cz}}{III_{cz}} \quad (5)$$

де  $I_{cz}$  – сукупний обсяг капітальних інвестицій, фактично вкладених у відтворення основних засобів сільськогосподарських підприємства в аналізованому періоді;

$III_{cz}$  – розрахункова потреба у капітальних інвестиціях у відтворення основних засобів сільськогосподарських підприємства в аналізованому періоді.

Аналогічно визначають рівень забезпеченості інвестиційних потреб на відтворення в економіці ( $Pin_{ek}$ ).

Індекс зміни рівня інвестиційного забезпечення відтворення основних засобів у сільськогосподарських підприємствах ( $Iiz_{cz}$ ) потрібно обчислювати за формулою:

$$Iiz_{cz} = \frac{Pin_{cz1}}{Pin_{cz0}} \quad (6)$$

де  $Pin_{cz1}$  – рівень забезпеченості інвестиційних потреб на відтворення основних засобів у сільськогосподарських підприємствах в аналізованому періоді;

$Pin_{cz0}$  – рівень забезпеченості інвестиційних потреб на відтворення основних засобів у сільськогосподарських підприємствах в періоді порівняння.

Подібним чином слід обчислювати індекс зміни рівня інвестиційного забезпечення відтворення в економіці в цілому ( $Iiz_{ek}$ ).

Порівняльний індекс інвестиційного забезпечення ( $IIIiz$ ) обчислюється за формулою:

$$IIIiz = \frac{Iiz_{cz}}{Iiz_{ek}} \quad (7)$$

Внаслідок об'єктивних причин визначення і оцінювання інвестиційних потреб на відтворення основних засобів як у сільськогосподарських підприємствах, так і в економіці в цілому нині ускладнене. Проте, зважаючи на наукову і практичну значимість даних показників, визначення інвестиційних потреб має стати предметом подальших наукових досліджень.

**Висновок.** Моніторинг процесів відтворення основних засобів в сільськогосподарських підприємствах має ґрунтуватися на використанні трьох груп індикаторів аналітичного, динамічного і порівняльного характеру. Такий методологічний підхід забезпечить одночасне вивчення стану, динаміки та порівняльної характеристики відтворювальних процесів. В якості основних оціночних індикаторів доцільно використовувати динамічні та порівняльні індекси зміни стану основного капіталу, індекси приросту капітальних інвестицій в основні засоби, порівняльний індекс інтенсивності інвестиційних процесів, показники забезпеченості інвестиційних потреб на відтворення основних засобів, їх динаміки та порівняльної характеристики.

У процесі аналізу виявлено, що нині процеси відтворення в сільському господарстві більш інтенсивні порівняно з економікою в цілому. Попри це відтворення основних засобів залишається не достатнім і не відповідає потребам галузі і товаровиробників.

Перспективи подальших наукових розвідок у даному напрямку полягають у доцільності виявлення та оцінки сучасних інвестиційних потреб сільськогосподарських підприємств та економіки в цілому на відтворювальні цілі, а також в обчислені й аналізі аналітичних, динамічних і порівняльних індикаторів інвестиційного забезпечення відтворення основних засобів у сільськогосподарських підприємствах.

1. *Організаційно-економічна модернізація аграрної сфери: наукова доповідь / За ред. акад. НААН П. Т. Саблука. – К.: ННЦ ІАЕ, 2011.*

2. *Андрійчук В. Г. Капіталізація сільського господарства: стан та економічне регулювання розвитку: монографія / В. Г. Андрійчук. – Ніжин: ТОВ «Вид-во «Аспект-Поліграф», 2007.*

3. *Підлісецький Г. М. Підвищення рівня фондооснащеності аграрного виробництва як основа зростання його ефективності / Г. М. Підлісецький, М. М. Моголова // Економіка АПК. – 2009. – № 12.*

4. *Білоусько Я. К. Удосконалення техніко-технологічного оснащення аграрного виробництва / Я. К. Білоусько, В. Л. Товстомят. – К.: ННЦ ІАЕ, 2012.*

5. *Череп А. В. Ефективність використання основних фондів підприємства / А. В. Череп, А. А. Клименко // Держава та регіони. Серія: Економіка та підприємництво. - 2009. - № 6.*

6. *Офіційний сайт Державної служби статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua>.*

*Стаття надійшла до редколегії 20.02.2016 р.*

УДК 332.1:330.1

Ткаченко Ю. В.,

к.е.н., доцент, кафедра фінансів,

Черкаський державний технологічний університет,

м. Черкаси

### ПОНЯТТЯ КАПІТАЛІЗАЦІЇ АКТИВІВ ТЕРИТОРІЇ

*Досліджено сучасні теоретичні підходи щодо сутності та економічного змісту поняття капіталізації активів території. Визначено особливості розгляду капіталізації в просторово-територіальному вимірі, здійснено екстраполювання поняття на регіональний рівень. Надано визначення капіталу через просторово-територіальний концепт, з'ясовано сутність поняття «активу території». Враховуючи різноаспектність поняття активу та його вартості, виділено три способи оцінки, окреслено умови їх застосування. Показано, що процес капіталізації території – це багатогранний процес, що потребує системного підходу до його дослідження та оцінки. Досліджено основні методи оцінки рівня капіталізації регіону: метод прямої загальної капіталізації; метод прямолінійної капіталізації, зазначено їх переваги та недоліки, особливості застосування.*

*Ключові слова:* капіталізація, активи території, процес капіталізації території, рівень капіталізації території, методи капіталізації, регіональний капітал.

### ПОНЯТИЕ КАПИТАЛИЗАЦИИ АКТИВОВ ТЕРРИТОРИИ

Ткаченко Ю. В.

*Исследованы современные теоретические подходы к сущности и экономическому содержанию понятия капитализации активов территории. Определены особенности рассмотрения капитализации в пространственно-территориальном измерении, осуществлено экстраполирование понятия на региональный уровень. Дано определение капитала через пространственно-территориальный концепт, выяснено сущность понятия «актива территории». Учитывая разноаспектность понятия актива и его стоимости, выделено три способа оценки, определены условия их применения. Показано, что процесс капитализации территории – это многогранный процесс, требующий системного подхода к его исследованию и оценке. Исследованы основные методы оценки уровня капитализации региона: метод прямой общей капитализации; метод прямолинейной капитализации, указано их преимущества и недостатки, особенности применения.*

*Ключевые слова:* капитализация, активы территории, процесс капитализации территории, уровень капитализации территории, методы капитализации, региональный капитал

## CONCEPT OF CAPITALIZATION TERRITORIAL ASSETS

Tkachenko Y.

*Modern theoretical approaches to the essence and meaning capitalization of territorial assets are studied. Features of consideration capitalization in spatial and territorial dimension are defined; extrapolating concepts at the regional level are implemented. The definition of capital across spatial and territorial concept are provided, the essence of the concept of "asset territory" are clarified. Due to the different aspects of the concept of asset and its value, three ways to assess are allocated: on the basis of the cost indicators; based on comparisons with other areas, based on evaluation of completeness of capacity owned territory; outlines the conditions for their use. The process capitalization of assets at the enterprise level as the growth of its cost is considered. It is proved that the process of territorial capitalization is a multifaceted process that requires a systematic approach to its research and evaluation. The basic methods of assessing the level capitalization the region: the overall method of direct capitalization; straight capitalization method, described their advantages and disadvantages and application features. The need to increase the capitalization of territorial assets for regional development is justified. Objectives and prospects for asset capitalization territory are defined.*

*Keywords: capitalization, territorial assets, the process of territorial capitalization, level of territorial capitalization, capitalization approach, the regional capital.*

**Постановка проблеми.** На сьогоднішній день, хоча питання капіталізації території і знаходять все більше відображення в територіальних стратегічних документах різного рівня, але універсального підходу, що дозволяє однозначно оцінити існуючий рівень капіталізації та сукупну вартість активів території, не існує. Показники, що використовуються на міжнародному та національному рівні багатьма країнами світової економіки, і входять в систему національних рахунків, дозволяють здійснити загальну оцінку в досліджуваній області. На національному рівні існує можливість використання макроекономічних показників з метою оцінки капіталізації факторів виробництва. Складніша ситуація на регіональному рівні, враховуючи недостатній рівень розвитку та достовірності регіональної статистики та обмежені можливості застосування макроекономічних параметрів.

**Аналіз останніх джерел досліджень і публікацій.** В процесі виконання роботи використано концептуальні положення та результати розробок, що представлені в працях провідних зарубіжних та вітчизняних науковців, які досліджували проблеми капіталізації активів території: О. Ю. Амосова [2], О. І. Амоші [1], І. К. Бистрякова [7], Б. В. Буркинського [4], Г. В. Возняк [6], Н. Л. Гавкалова [2], В. Ф. Горячука [6], С. М. Гріневської [1], А. А. Гриценка [9], Д. В. Клинового [10], В. В. Пилипів [7], М. А. Хвесика [5] та ін.

**Мета статті.** Обґрунтування теоретичних підходів щодо сутності поняття капіталізації території.

**Основні результати досліджень.** Поняття «капіталізація» економіки має досить широке тлумачення у наукових дослідженнях. Серед них, зокрема, є й такі, що акцентують увагу на інноваційній сутності даного процесу. Так, О.І. Амоша та С.М. Гріневська [1],

вважають, що «сутністю та призначенням капіталізації» в умовах сучасного економічного розвитку є «зростання добробуту кожної людини за умови її економічного та інтелектуального саморозвитку», коли «базовим чинником виробництва є інтелект». Вони вважають, що «інтелектуальні можливості та знання у процесі виробництва приймають форму капіталу, який у майбутньому приносить прибуток для розвитку людського ресурсу, освіти, технологій, науки», забезпечуючи, тим самим, «капіталізацію науки».

У контексті людського й соціального капіталів та інноваційного розвитку трактують поняття «капіталізація» О.Ю. Амосов і Н.Л. Гавкалова [2]. На думку авторів, «капіталізація як узагальнений показник не лише характеризує стан об'єкта господарювання, а й визначає темпи розвитку економіки країни в цілому, рівень добробуту населення та якість його життя. Таким чином, успішна реалізація стратегії розвитку країни та її регіонів передбачає створення умов для такої капіталізації, яка дозволяє максимально ефективно використовувати наявний синтезований (людський, інтелектуальний та соціальний) капітал».

Парадигма капіталізації ґрунтується на дослідженні теоретичних основ трактування поняття «капітал», що має різні смислові та сутнісні базиси в провідних економічних школах [3; 4].

Базовою умовою економічного зростання та підвищення конкурентоспроможності економічного суб'єкта є умова розширеного відтворення капіталу. В просторово-територіальному контексті це означає вбудовування в зовнішні системи (логістику) руху капіталу в результаті створення таких умов, за яких на території було б вигідно розміщувати певні види економічного капіталу (активи). При переважанні пріоритету прискореного відтворення капіталу територія стає структурною частиною глобального ринку з виробничою або торговельною спеціалізацією, концентруючи окремі фази економічної діяльності (контрактне виробництво, розподіл продукції, обмін). При переважанні пріоритету прискореного відтворення інкорпорованого капіталу на перший план виходить розвиток нематеріальних цінностей і формування унікальних власних брендів, які є основою для генерації власних ланцюжків створення вартості. Диференціація економічного простору з виділенням спеціалізованих економічних центрів в регіоні та оптимізація територіальної логістики капіталу дозволяє утримувати наявні та створювати нові конкурентні переваги, засновані на унікальності території та особливості її відтворювальної структури.

Функціонування економічної системи регіону сприяє формуванню капіталізації регіону, як одного з ключових індикаторів розвитку мезосистем. Процес капіталізації території – це багатогранний процес, що потребує системного підходу до його дослідження та оцінки [5]. У регіональному аспекті процес капіталізації повинен зачіпати різні форми капіталу, що є на території, включаючи залучення інвестиційних ресурсів, нових технологій, кваліфікованих кадрів, створення умов зростання вартості, сконцентрованих в регіоні активів.

Капіталізація регіону представляє собою процес зростання вартості сукупних активів регіону, що беруть участь в відтворювальних процесах всіх сфер економічної діяльності.

Процес капіталізації в умовах відкритого ринку веде до концентрації мобільного капіталу в межах тих територій, де створені найбільш вигідні умови для його розширеного



відтворення. Оскільки територіальні активи тісним чином пов'язані один з одним і визначають сформовану структуру та спеціалізацію економіки, то їх комплексність слід виділити як найважливішу властивість, що дозволяє досягти ефекту синергії у вирішенні завдання капіталізації території шляхом розвитку реального сектора економіки: базових видів економічної діяльності в промисловості, наукомістких виробництв, будівництва, сільського господарства та інших, заснованих на інноваційних технологіях. Базові галузі надають основу для розвитку відтворювальних процесів національної економіки, що стимулює економічне зростання в державі. Накопичувальні і відтворювальні механізми в організаціях базових видів економічної діяльності істотно впливають на регіональні економічні системи держави. Відтворення капіталу в організаціях стимулює розвиток ресурсних ринків і господарських зв'язків регіону.

Регіон забезпечує підвищення рівня капіталізації, переходячи до стратегічного освоєння своїх територій. Провідною регіональною стратегією в промислово розвинених країнах стає «стратегія збирання унікальних компетенцій». Збільшити капіталізацію регіону можна тільки за рахунок поглиблення переробки сконцентрованих на його території ресурсів, вибудовуючи власну виробничу і товарну логістику з використанням резидентних структур. У результаті реалізації цих заходів підвищується не тільки фізична вартість активу, але також його відносна вартість і ефективність використання. Форсування процесу капіталізації регіону можливе за рахунок виділення найбільш динамічних утворень, які будуть відігравати роль перехідних майданчиків і зможуть виступити в якості «точок зростання» по відношенню до всієї решти території регіону.

На рівні підприємств та в цілому в корпоративному середовищі процес капіталізації розглядається в контексті ринкової капіталізації (вартості компанії), її величини та потенціалу зростання. Водночас такий звужений підхід до розуміння сутності капіталізації не дозволяє екстраполювати визначення цього поняття на рівень територіального суб'єкту. Водночас, цей термін має вирішальне значення для забезпечення досягнення цілей просторово-територіального розвитку та стратегічного планування як індикатор цілей соціально-економічного розвитку, підвищення інвестиційної привабливості та конкурентоспроможності території, ефективності використання локальних ресурсів та місцевого потенціалу.

Визначення поняття капіталу через просторово-територіальний концепт дає змогу розглядати його як процес зростання вартості активів території та всього того, що здатне приносити дохід (використання ресурсів, що створені з метою виробництва товарів та послуг; використання засобів виробництва).

Вимірювання рівня капіталізації може бути здійснене на основі таких методів [6]:

- метод прямої загальної капіталізації (Direct overall capitalization);
- метод прямолінійної капіталізації Straight line capitalization.

Метод прямої загальної капіталізації (Direct overall capitalization) доходу заснований на ділення чистого операційного доходу на коефіцієнт, що визначається за результатами аналізу порівнянних об'єктів та зіставлення доходів, отриманих від цих об'єктів з цінами їх продажу.

Метод прямолінійної капіталізації (Straight line capitalization) заснований на розрахунку коефіцієнта капіталізації об'єкта шляхом додавання до ставки відсотка норми прямолінійного повернення капіталу.

Традиційним методом оцінки рівня капіталізації території є визначення так званої норми капіталізації, яка визначається за подібною методикою до показника норми капіталізації на фондовому ринку з певними видозмінами. На фондовому ринку норма капіталізації (Capitalization rate region) визначається як коефіцієнт, на який множаться доходи компанії для визначення біржової вартості її акцій. Фактично норма капіталізації дає змогу оцінити нематеріальні цінності (активи) компанії, які відображають її імідж, репутацію, конкурентоспроможність та інвестиційну привабливість на зовнішньому ринку. Екстраполюючи показник на рівень територіального суб'єкта, норма капіталізації території визначає її привабливість та інвестиційну цінність на зовнішньому ринку (для зовнішніх суб'єктів). В економічному сенсі норма капіталізації відображає потенційну вартість нематеріальних територіальних активів.

Нематеріальні активи, що покладені в основу визначення показників капіталізації території, набувають виняткового значення та особливого статусу в умовах посилення тенденцій глобалізації світового господарства, формування та розвитку тенденцій інформатизації суспільства.

В межах фази розвитку інформаційного суспільства окрема людина (чи співтовариство), оперуючи глобальними ресурсами, володіючи новітніми знаннями, може свідомо чи несвідомо на незворотних засадах змінювати глобальне середовище життєдіяльності та сприяти формуванню нового суспільного устрою.

Враховуючи складність, невизначеність та багатоаспектність проблеми капіталізації території, його дослідження та оцінка повинні будуватися на системних засадах. На регіональному рівні капіталізація як всеохоплюючий процес, повинна охоплювати різні форми капіталу, який присутній на території, зокрема й розглядаючи аспект залучення інвестиційних ресурсів, впровадження новітніх технологій, наявність кваліфікованих кадрів, що сприяють утворенню та зростанню вартості активів території, які зосереджені на території.

Ринкові умови обумовлюють процес концентрації найбільш мобільного капіталу на тих територіях, рівень та умови розширеного відтворення на яких найбільш сприятливі. Головне завдання власника капіталу – оптимізації розміщення активів території з метою забезпечення підвищення їх вартості та стимулювання зростання доходу, отриманого на основі їх використання в процесі господарської діяльності. В такому аспекті доцільно звернутися до визначення поняття «активу території» та підходів до його оцінки. Так, враховуючи різноаспектність поняття активу та його вартості, виділяють три способи їх оцінки [3]:

- фізична вартість активу виражена у вартісних одиницях та максимізується, коли мова йде про їх продаж;
- відносна вартість активу відображається у порівняно вищій вартості порівняно з активами, якими володіє інша територія (порівняно низькі витрати виробництва тощо), що

відображаються у понятті «алокаційної ефективності», максимізація якої сприяє залученню інших активів (капіталу, людських ресурсів, інвестицій тощо);

– ефективність використання активу визначається шляхом оцінки повноти використання наявного потенціалу активу, наприклад, при розрахунку коефіцієнта фондівіддачі.

З метою визначення вартості різних активів території (і, відповідно, різних форм регіонального капіталу) застосовуються диференційовані підходи до оцінки. Це обмовлено тим, що кожен актив може бути оцінений з різних точок зору, враховуючи багатогранність та комплексність його використання, що ускладнює об'єктивний процес оцінювання. Такий важливий територіальний актив, як природні ресурси, може бути оцінений на засадах всіх трьох підходів, за кожним із яких в результаті можна виробити різні шляхи (напрями) підвищення його вартості [7]. При цьому логічною є побудова ланцюга капіталізації регіону, що забезпечує ув'язування різних активів регіону, ініціюючи мультиплікативний ефект зростання вартості активів.

Взаємопов'язаність активів території, їх вплив на структуру та спеціалізацію обумовлює виокремлення в якості їх найважливішої характеристики комплексності, що забезпечує досягнення синергетичного ефекту при розв'язанні складного завдання капіталізації території. Для ресурсорієнтованого регіону часто використовується підхід, при якому капіталізація території забезпечується за рахунок фізичного зростання вартості активів, тобто на основі залучення в обіг додаткових ресурсів. Проте за таких умов активи будуть перетворюватися в інші форми капіталу та перетікати на інші території. Це обумовлює необхідність зміни підходу до капіталізації території за рахунок поглиблення переробки ресурсів, що видобуті на території, з використанням власної логістичної системи. При цьому відбувається не лише зростання фізичної вартості активу, але й нарощення його відносної цінності та ефективності використання [8].

Завдання капіталізації території вимагає відкритого діалогу між владою та бізнес-колами з метою пошуку принципово нових механізмів співробітництва для досягнення взаємної вигоди та примноження багатства території [9]. Використання виключно адміністративного підходу на практиці не забезпечить ефективної капіталізації активів регіону. Традиційно використовуваними механізмами взаємодії є стратегічні та публічно-приватні партнерства. Роль державного управління в цьому процесі полягає в організації переговорних майданчиків та формування інституційного підґрунтя співробітництва.

Забезпечення форсування процесу капіталізації може бути забезпечено створенням динамічних осередків, які на першому етапі будуть відігравати роль специфічних «трансферів», «вікон», «перехідних майданчиків», а в подальшому виступлять в якості «локомотивів» розвитку інших територій. Саме такі території (муніципальні утворення) повинні сформувати каркас нової просторової організації територіального розвитку. З точки зору економічного змісту, такий осередок формує ядро регіонального кластеру, який покликаний сприяти міжрегіональній та міжнародній співпраці та забезпечення спеціалізації території, і, відповідно, капіталізації території. Кластерний підхід не є новим в регіональній

економіці, проте в аспекті капіталізації території та позиціонування його як каркасу (основи) цього процесу потребує особливого розгляду.

Основою капіталізації території має бути інноваційна економіка, що заснована на економіці знань та інформаційній економіці та передбачає, крім інноваційної індустрії, розвинені мережі комунікацій, логістичні системи, розвиток сфери послуг тощо, що обумовлює посилення значущості мобільного капіталу [10].

**Висновок.** Представлені вище теоретичні положення дозволяють зробити певні узагальнення щодо сутності поняття капіталу та його ролі в забезпеченні територіального розвитку. В сучасних умовах постає необхідність підвищення значимості конкретного територіального утворення в системі капіталоруху та капіталовідтворення. Використання більш досконалих технологічних систем для задоволення потреб суспільного розвитку обумовлює потребу в постійному нарощенні темпів приросту доданої вартості на капітал. Нестійкість фінансового капіталу призвела до його відриву від реального сектора економіки та сфери матеріального виробництва, а відповідно, від території його розташування. Вирішити цю проблему на практиці можливо лише за рахунок вбудовування активів території в логістичні схеми (систему руху) розширеного відтворення капіталу для створення найбільш сприятливих умов для розміщення та відтворення капіталу. Постає необхідність виокремлення муніципалітету як самостійної ланки системи капіталоутворення та капіталоруху на засадах самозабезпечення та самовідтворення. Конкурентоспроможність території визначається її здатністю залучати капітал та використовувати в оптимальному поєднанні всі його форми.

Диференціація економічного простору в Україні дає змогу диференціювати та сформувати відповідні ареоли концентрації та оптимальної структури капіталу (активів), що найбільш ефективно може бути використана саме на цій території, що, в свою чергу, визначає її спеціалізацію та логістику міжрегіональних потоків капіталу.

1. *Амоша О. І. Перспективні напрямки державної політики щодо капіталізації науки в сучасних умовах розвитку / О. І. Амоша, С. М. Грiневська // Проблеми розвитку внешнеeкономических зв'язей и привлечения иностранных инвестиций: региональный аспект. - 2012. - Ч.1.*

2. *Амосов О. Ю. Капіталізація як стратегічний напрям розвитку регіону / О. Ю. Амосов, Н. Л. Гавкалова // Економіка і регіон. – 2011. – № 2.*

3. *Горячук В. Ф. Сутність поняття капіталізації економіки, методи її оцінки та роль держави щодо підвищення її рівня / В. Ф. Горячук // Вісник соціально-економічних досліджень. – 2009. – №41(2).*

4. *Інституційні механізми капіталізації економіки регіонів Українського Причорномор'я: монографія / [Б. В. Буркинський, В. М. Осипов, О. В. Моліна та ін.] ; за наук. ред. Б. В. Буркинського. – Одеса: ІПРЕЕД НАН України, 2014.*

5. *Системні аспекти капіталізації природних ресурсів / [за наук. ред. М. А. Хвесика]. – К.: ДУ ІЕПСР НАН України, 2013.*

6. Возняк Г. В. Деякі підходи до оцінки рівня капіталізації виробничих активів регіону / Г. В. Возняк // Економічні науки. Луцький національний технічний університет. – 2008. – Вип. 5 (17), Ч. 1.
7. Бистряков І. К. Капіталізація природних ресурсів: механізми залучення інвестицій у сталий розвиток / І. Бистряков, В. Пилипів, О. Луців // Економіст. – 2013. – № 10.
8. Пилипів В. В. Проблемні аспекти капіталізації природних ресурсів в системі територіального управління / В. В. Пилипів // Інвестиції: практика та досвід. – 2011. – №15.
9. Гриценко А. А. Капитализация экономики: проблемы и перспективы. Материалы семинара (часть 1) / А. А. Гриценко // Экономическая теория. – 2006. – № 2.
10. Клиновий Д. В. Концептуальні засади та провідні фактори капіталізації природних ресурсів, як джерела національного багатства України // Д. В. Клиновий // Вісник МНТУ. – 2012. – № 3(6).

Стаття надійшла до редколегії 28.01.2016 р.

УДК 338.482.2

Tkatchuk S.,

*Ph.D., Associate Professor, Department of Marketing*

Stakhurska S.,

*Ph.D., Associate Professor, Department of Management and Administration,**National University of Food Technologies, Kyiv***THE INNOVATIVE MARKETING APPROACHES IN THE SPHERE OF HOSPITALITY**

*The paper examines the innovative approaches which are to be used in marketing activity of firms and enterprises in the sphere of hospitality for the purpose of establishing the loyal relationships with customers and satisfaction their needs more effectively than the competitors. The sphere of hospitality is considered to be the producer of such specific product that consumers as a rule buy not because of urgent need, but to obtain benefits in the form of pleasure and to satisfy the needs of higher hierarchy such as the needs of self-actualization and self-esteem. The competition in hospitality sector is significant and the usage of marketing innovations is necessary. In the paper such innovations are classified into the following types: individual approach for every client, electronic management of the hotel, the interactive screens in hotel rooms, the innovational eco-hotel system and unusual solutions in hotel sphere. The individual approach for every client is considered to be the main condition of successful marketing activity of modern enterprise of the hospitality sphere. The mechanism of the service individualization as the process of several consecutive steps is proposed. The practical ways of realization of unusual solutions in the hotel sphere as application of the conception of impressions' marketing are examined.*

**Keywords:** *marketing, innovative marketing approaches, marketing of hospitality, individual approach to the client, mechanism of service individualization, innovational eco-hotel system.*

**ІННОВАЦІЙНІ МАРКЕТИНГОВІ ПІДХОДИ В СФЕРІ ГОСТИННОСТІ**

Ткачук С.В., Стахурська С.А.

*Досліджуються інноваційні підходи, які є доцільними для використання у маркетинговій діяльності підприємств та фірм індустрії гостинності задля встановлення лояльних стосунків зі споживачами та задоволення їхніх потреб ефективніше за конкурентів. Сфера гостинності розглядається як виробник такого специфічного продукту, який споживачі, як правило, купують не через нагальну потребу, а з метою отримання вигоди у формі насолоди та задоволення потреб вищої ієрархії, таких як потреби в самоактуалізації та самоповазі. У сфері гостинності існує значна конкуренція і використання маркетингових інновацій є необхідним. Пропонується такі інновації поділяти на наступні види: індивідуальний підхід до кожного клієнта, електронне управління готелем, інтерактивні екрани у готельних номерах, система інноваційних еко-готелів та незвичні рішення в готельній сфері. Індивідуальний підхід до кожного клієнта розглядається як головна умова успішної маркетингової діяльності підприємства сфери гостинності. Запропонований механізм індивідуалізації послуги як процес, що складається з декількох послідовних кроків. Досліджуються практичні*

шляхи реалізації незвичних рішень в готельній сфері як застосування концепції маркетингу вражень.

*Ключові слова:* маркетинг, інноваційні маркетингові підходи, маркетинг індустрії гостинності, індивідуальний підхід до клієнта, механізм індивідуалізації послуги, система інноваційного еко-готелю.

## ИННОВАЦИОННЫЕ МАРКЕТИНГОВЫЕ ПОДХОДЫ В СФЕРЕ ГОСТЕПРИИМСТВА

Ткачук С.В., Стахурская С.А.

*Исследуются инновационные подходы, целесообразные для использования в маркетинговой деятельности предприятий и фирм индустрии гостеприимства для установления лояльных отношений с потребителями и удовлетворения их потребностей более эффективно, чем конкуренты. Индустрия гостеприимства рассматривается как производитель такого специфического продукта, который потребители, как правило, покупают не из-за острой необходимости, а с целью получения выгоды в форме удовольствия и удовлетворения потребностей высшей иерархии, таких как потребности в самоактуализации и самоуважении. В сфере гостеприимства имеет место сильная конкуренция и использование маркетинговых инноваций необходимо. Предлагается такие инновации подразделять на следующие виды: индивидуальный подход к каждому клиенту, электронное управление отелем, интерактивные экраны в отельных номерах, система инновационных эко-отелей и необычные решения в отельной сфере. Индивидуальный подход к каждому клиенту рассматривается как главное условие успешной маркетинговой деятельности предприятия сферы гостеприимства. Предлагается механизм индивидуализации услуги рассматривать как процесс, состоящий из нескольких последовательных шагов. Исследуются практические пути реализации необычных решений в отельной сфере как применение концепции маркетинга ощущений.*

*Ключевые слова:* маркетинг, инновационные маркетинговые подходы, маркетинг индустрии гостеприимства, индивидуальный подход к клиенту, механизм индивидуализации услуги, система инновационного эко-отеля.

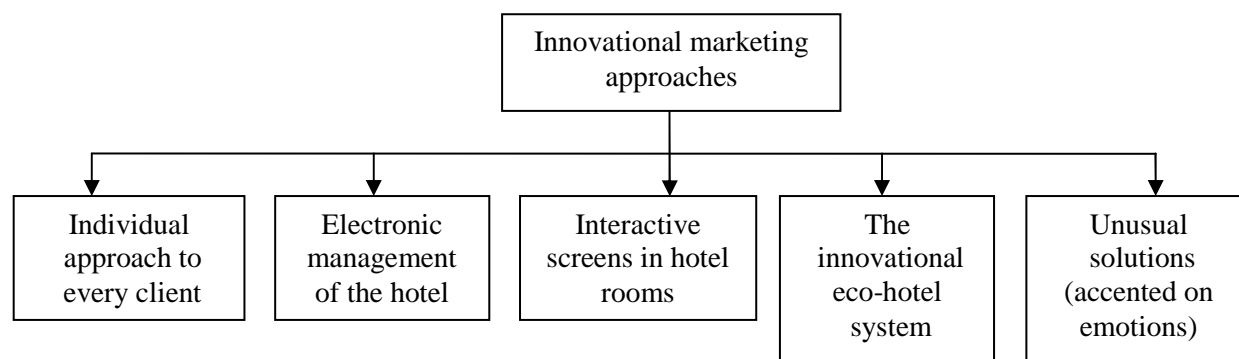
**Problem statement.** Nowadays the strong competition takes place almost in every field of activity, especially in the sphere of hospitality. The firm's task is to identify and to satisfy customers' needs more effectively than the competitors. In practice most foreign firms, which work in the sphere of tourism industry and hotel industry, use different special innovation methods in marketing activity to form the loyal relationships with their customers. Such methods must be systematized to form the theoretical and methodical approaches of marketing innovations in hospitality industry, which could be used by the firms for building the loyal relationships with their customers.

**Latest research and publications analysis.** In accordance with latest research and publications analysis, innovational marketing approaches are in great importance in successful business and in building the loyal relationships with consumers. Among the authors, whose works

are dedicated to studying of theoretical and practical aspects of this question we can't, but mention B. Aggarwal [1], D. Yankelovich [2], I. Bilik [3], I. Budnikevich [4], E. Djandjugazova [6], L. Ivanova [7], D. Matseka [8], M. Rega [10] and others. Nowadays the consumers' loyalty is one of the determining factors of firm's competitiveness. At the same time the loyalty must be true. It means that the customer buys the firm's services not because of his habit or convenient location of the firm, but because of his loyalty to the brand. Such customer makes regular purchases of the firm's services, doesn't respond on competitors' proposals and also spreads positive responses about the firm. One loyal customer means more, than several occasional ones, and so most of the firms use the conception of customer relationships marketing, which means, that customer is to be considered as business partner and such partnership must be mutually beneficial. To build such partnerships, the firms and enterprises of hospitality sphere use innovational marketing approaches, and this experience is to be learned and systemized for regular perfection and further practical usage.

**The purpose of article** is to systemize the innovational methods of marketing, which are used by the firms in sphere of hospitality and to form theoretical and methodical approaches of marketing innovations in this sector.

**The main results of the research.** In process of formation and development, the firms' philosophy of business had constantly been changing from rather primary form, such as the conception of production perfection, to the modern conception of customer relationships marketing. The last one includes components of other conceptions (the conceptions of marketing, of social and ethical marketing, of impression marketing) and also has its defining characteristic, orientation on building of long term loyal relationships with clients. In practice the firms, which work in the sphere of hospitality, use different innovational methods of marketing in order to attract the customers and to satisfy their needs more effectively, than the competitors (Fig. 1).



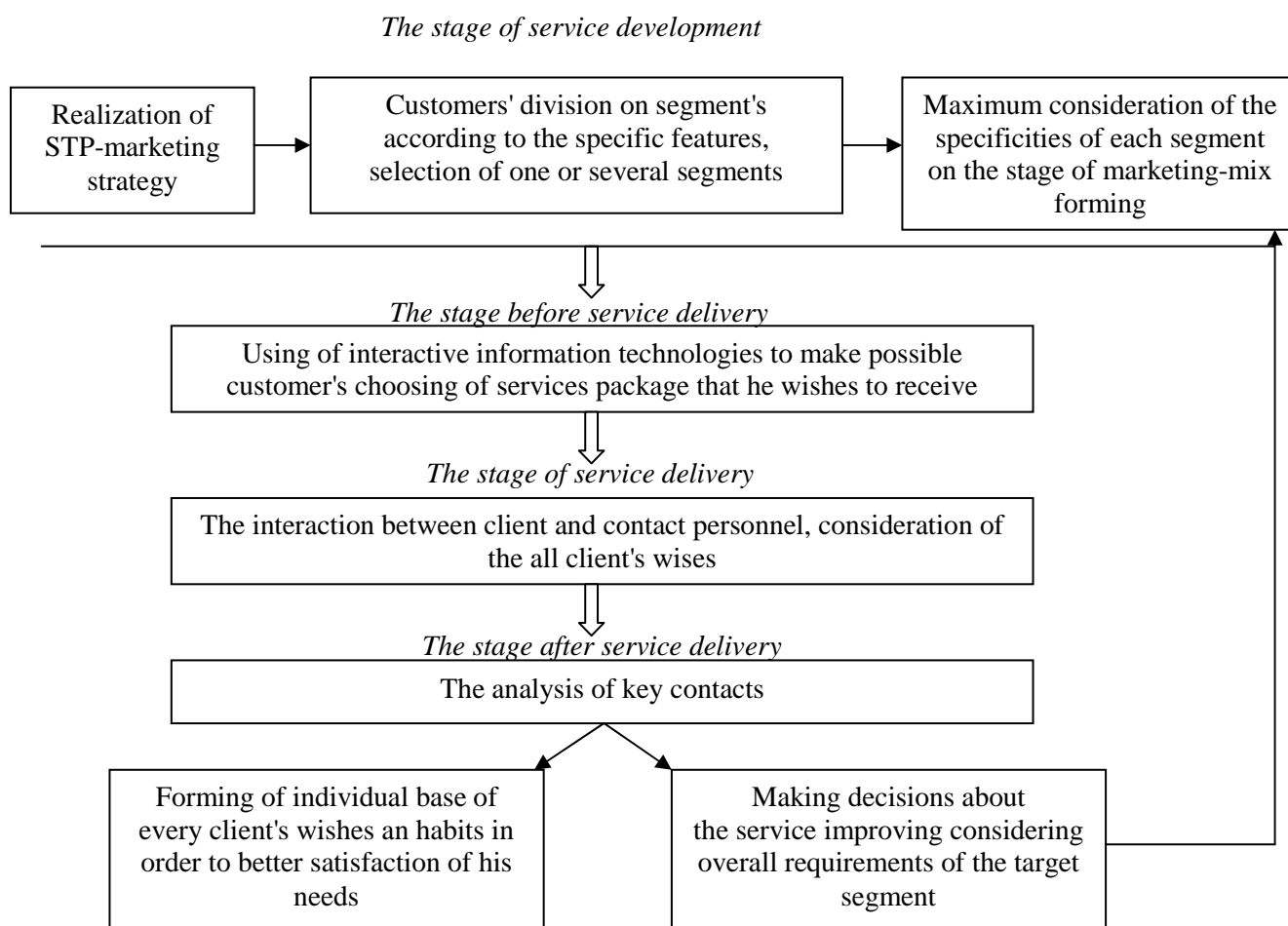
**Fig. 1. The Innovational Approaches in Marketing of Hospitality**

*Source: created by the authors based on [1 – 10].*

The first thing that firm's managers must realize is the individual approach to the client. The approach must be taken into account not only on the stage of interactive marketing, when the process of service is in action, but it must be the basis, the foundation of firm's philosophy.



The mechanism of service individualization can be divided into several stages (Fig. 2). The first stage takes place while the service is developing, before the firm proposes it on market.



**Fig. 2. The Mechanism of Service Individualization**

*Source: created by the authors based on [4; 6; 8; 10].*

The manager's task is to make market segmentation according to specific features, to make targeting of one or several segments and to choose the strategy of positioning of the firm on the targeted segments.

Effective segmentation is the first step on the way of service individualization, it makes possible for the firm to understand the common specificities of target segment and to form the active marketing-mix in accordance to this. Many methods of segmentation have been worked out by the scientists in the field of marketing and service marketing, such as the method by A.R. Winkler (according to the European lifestyles), the VALS-system, the method by G. Gun (the segmentation in tourism sector) and others.

On the stage before service delivery the firm may use interactive information technologies, which make possible for the client to form his own package of services by choosing more attractive and useful among the all that the firm proposes. While this not only so called "must-be" services can be proposed, but also the attractive ones. For example, the Hotel Affinia (New-York, Chicago,

Washington) proposes its clients to enter the website before arrival and to choose one of the different pleasant little things. The Hotel Palazzo Magnani Ferroni (Florence) makes especial accent on aromas. During room reservations service staff ask client about his aroma's preferences, even about such preferences in different time of day and night, to consider it while room flavoring [4]. On the next stage, the stage of service delivery, the interaction between client and service staff takes place. The task of contact personnel is to find out all client's wishes about service process to satisfy them now and to form the client's personal portrait to individualize his service in future. The task can be accomplished better using the specialized electronic system that provides special electronic customer database. Such experience is successfully applied by the hotel chain of "Ritz-Carlton". The other innovational approach in hotel industry is the electronic management of the hotel. It means the creation of specialized system that connects all the employees and gives them the next opportunities by the using of Web resource: effectively obtaining of all necessary information about hotel; making room reservation; access to the widest possible set of sales channels, etc [9]. The next innovations in hotel sphere are interactive screens in hotel rooms or other places, visited by clients. The screens enable to find the necessary information about hotel, restaurants, country or territory of residence, monuments of history and culture, entertainment institutions.

One more innovation that combines effective marketing method of customers' attraction with social and ethic aspects, is the creation of innovational eco-hotels system. The system is designed to ensure the client's comfort and to save the environment by using natural sources of energy. It includes the next solutions: solar panels on the roof for water heating; air generators for electricity; producing of heat and power from household waste; system of rainwater collecting; converting food waste to fertilizer; thin layer of soil and greenery on the roof as sound and warm insulation etc.

But maybe one of more interesting and creative innovational approach in marketing of hospitality is the next one that includes aspects of conception of impressions marketing. We are talking about the original solutions in hotel sphere, the proposition for the customers, who are travelling for the purpose of obtaining of unforgettable impressions and emotions, the hosting services in unusual and places and conditions. Among such propositions are the next ones: hotels in ancient castles, monasteries, cathedrals, in the former prisons, in caves, in hollows and homes on trees, in underwater hotels and others [5]. The examples of more unusual hotels are Crazy House Hotel (Vietnam) that has a form of a chimerical angles tree with spiral steps, Green Plaza Shinjuku Capsule Hotel (Japan) that is like the spaceship or submarine with room-niches, Propeller Island City Lodge (Germany), named after the novel of Jules Verne "Floating Island" etc. Speaking about elements of the conception of impressions marketing in hotel sphere, we can't but mention about the accent on romantic emotions and emotions of fear. For the customers, who enjoy unusual otherworldly stories, there are many hotels, covered with legends about ghosts, poltergeist and other ulterior things. For example, Hotel del Coronado (USA), Fairmont Banff Spring Hotel (Canada), Hotel Hoshi Ryokan (Japan) and others.

**Conclusions.** The sphere of hospitality is the rapidly developing branch of industry, where the significant competition takes place. This fact requires using the marketing innovations in hospitality business to form loyal relationships with clients and to strengthen market position. One of the main marketing innovations in hospitality industry is the individual approach to every client.

The mechanism of service individualization is considered to be the process of several consecutive steps: the realization of STP-marketing strategy and working out of effective marketing-mix for every segment on the stage of service developing; using of interactive information technologies to make possible customer's choosing of services package that he wishes to receive on the stage before service delivery; the interaction between client and contact personnel, consideration of the all client's wishes on the stage of service delivery, the analysis of key contacts on the stage after service delivery. Other innovations in hospitality marketing is implementation of innovational eco-hotel system as the application of social and ethical marketing conception, realization of unusual solutions in hotel sphere as the method of impressions' marketing conception and also the usage of electronic hotel management system as the way of increasing of efficiency and interactive interconnection with clients.

1. Aggarwal B. 2015 Top Digital Marketing Trends for the Hospitality Industry [Webinar Recap] [Electronic resource] / B. Aggarwal [and others] // Milestone Insights. Social Media and Internet Marketing Strategies. – 2015. – Access mode: <http://blog.milestoneinternet.com/roi-tracking/2015-top-digital-marketing-trends-infographic-recap/>.

2. Yankelovich D. Rediscovering Market Segmentation [Electronic resource] / D. Yankelovich, D. Meer // Harvard Business Review. – 2006. – Access mode: [http://www.viewpointlearning.com/wpcontent/uploads/2011/04/segmentation\\_0206.pdf](http://www.viewpointlearning.com/wpcontent/uploads/2011/04/segmentation_0206.pdf).

3. Білик І. В. Роль маркетингу та PR-технологій у діяльності закладів готельно-ресторанного бізнесу [Електронний ресурс] / І. В. Білик, Т. С. Томаля // Економіка. Управління. Інновації. – 2014. – Режим доступу: [irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis.../cgiirbis\\_64.exe?..](http://irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis.../cgiirbis_64.exe?..)

4. Буднікевич І. М. Маркетинг у галузях і сферах діяльності: навч. посіб. / за ред. І. М. Буднікевич - К.: «Центр учбової літератури», 2013.

5. Горский А. 25 самых необычных отелей мира [Электронный ресурс] / А. Горский // Вокруг света. – 2014. – Режим доступа: <http://www.vokrugsveta.ru/article/205234/>.

6. Джанджугазова, Е. А. Маркетинг в индустрии гостеприимства: учеб. пос. / Е.А. Джанджугазова. - М.: Академия, 2005.

7. Иванова Л. О. Світовий досвід застосування концепції маркетингу та франчайзингових систем у готельному бізнесі / Л. О. Иванова // Вісник Хмельницького національного університету. – 2010. – №5. – Т. 4.

8. Мацеха Д. С. Маркетинг у сфері готельно-ресторанного бізнесу та туризму / Д. С. Мацеха, С. А. Бурій // Вісник Хмельницького національного університету. – 2014. – №5. – Т.2.

9. Программы для гостиниц. Автоматизация отеля [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [www.livebusiness.ru/.../programmy\\_dlja\\_gosti](http://www.livebusiness.ru/.../programmy_dlja_gosti).

10. Рега М. Г. Управління маркетинговою діяльністю підприємства готельно-ресторанного бізнесу [Електронний ресурс] / М. Г. Рега // Науковий вісник Мукачівського державного університету. – 2014. – режим доступу: <http://www.msu.edu.ua/visn/wp-content/uploads/2016/02/1-4-1-2014-23.pdf>.

Стаття надійшла до редколегії 27.02.2016 р.

УДК 336.7

Шевченко Ю. А.,

аспірант, кафедра міжнародних фінансів,  
ДВНЗ «Київський національний економічний університет  
ім. В. Гетьмана», м.Київ

### СУТНІСТЬ МІЖНАРОДНОГО ІНВЕСТУВАННЯ ТНК

*В статті розглянуто основні проблеми сутності міжнародного інвестування, що пов'язані з порівнянням переваг між різними об'єктами інвестування. Досліджені теорії та концепції міжнародного інвестування ТНК з приводу визначення найменш ризикованого рішення, щодо вкладення власних ресурсів у різні форми інвестицій. Спроектовано дискретну модель інвестування у розрізі інвестицій у нові технології, наукові дослідження та розробки відповідно до викликів сучасності та вимог, які існують перед ТНК. Проаналізовано усі аспекти міжнародного інвестування з приводу максимізації ефекту вкладення та факторів, які впливають на вибір розміщення інвестицій в певній країні.*

*Ключові слова:* міжнародне інвестування, інновації, інвестиції, стратегія, модель, ТНК.

### СУЩНОСТЬ МЕЖДУНАРОДНОГО ИНВЕСТИРОВАНИЯ ТНК

Шевченко Ю. А.

*В статье рассмотрены основные проблемы сущности международного инвестирования, связанные со сравнением преимуществ между различными объектами инвестирования. Исследованы теории и концепции международного инвестирования ТНК по поводу определения наименее рискованного решения относительно вложения собственных ресурсов в различных формах инвестиций. Спроектирована дискретная модель инвестирования в разрезе инвестиций в новые технологии, научные исследования и разработки в соответствии с вызовами современности и требований, которые существуют перед ТНК. Проанализированы все аспекты международного инвестирования по поводу максимизации эффекта вложения и факторов, влияющих на выбор размещения инвестиций в определенной стране.*

*Ключевые слова:* международное инвестирование, инновации, инвестиции, стратегия, модель, ТНК.

### THE CORE CONCEPTS OF INTERNATIONAL INVESTMENT OF MNCs

Shevchenko Y.

*The article is devoted to the main problem of the essence of the international investment associated with the comparison of benefits between different investment objects. We studied the theory and concepts of international investment of MNCs on the definition of the least risky decisions about investing their own resources in various forms of investment. We designed*

*discrete model of investment in the context of investment in new technology, research and development in accordance with the current challenges and the requirements that exist in front of MNCs. We analyzed all aspects of international investments over the maximization of the effect of investments and the factors influencing the choice of investment location in a particular country. The essence of international investment and its role in MNC has been studied by many scientists who have developed a number of theories and concepts related to the motivation of MNCs. They conducted a series of studies and observations on the best choice of location of headquarters, as well as their investment in different countries. Multinational corporations have high potential for development and expansion of borders of own functioning and demand new channels of receiving resources. For further opening of new sales markets and consumption they need to make investments in the form of investments into absolutely different sectors and branches of economy to remain competitive and not to lose own reputation between clients and partners. Will be defined by the main conditions of placement of investments such as the minimum risk and the greatest indicators arrived.*

*Keywords: international investment, innovation, investment, strategy, model, TNK.*

**Постановка проблеми.** На сьогоднішній день в глобальному економічному просторі існує велика кількість суб'єктів, які вступають у міжнародні економічні відносини з приводу різних питань та потреб. Одним із таких суб'єктів є ТНК, що маючи великий потенціал для розвитку та розширення кордонів власного функціонування, стикається з викликами сьогодення і вимагає нових каналів отримання ресурсів.

Так як кожного дня, корпорації неухильно та послідовно виробляють величезну кількість продукції, яка повинна задовольнити усі потреби суспільства, то для подальшого відкриття нових ринків збуту та споживання, їм необхідно вкладати свої власні кошти у вигляді інвестицій у абсолютно різні сектори та галузі економіки, щоб залишатися конкурентоспроможними та не втратити власну репутацію поміж клієнтів та партнерів. І основними умовами розміщення інвестицій в даному випадку визначатимуться такі як: мінімальний ризик та найбільші показники прибутку.

Також перед ТНК постає проблема у тому, що саме у які форми міжнародних інвестицій вкладати власні ресурси відповідно до ситуації та середовища, яке існує в певній країні. ТНК постійно намагаються розробляти власні напрямки свого існування та адаптації до різного виду умов. Але також інвестування завжди супроводжується доказовістю та обґрунтуванням вибору об'єкта інвестування., що відображається у вигляді різних теорій та поглядів, які пояснюють даний вибір. Звідси випливає, що дане питання є досить актуальним і потребує подальшого вивчення та розробки.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Дослідженням сутності міжнародного інвестування ТНК займалися багато зарубіжних та вітчизняних вчених таких як: Дж. Даннінг [4], М. Кассон [1; 2], К.С. Катсікеас [8], Р.Е. Кейвс [3], Р.Е. Морган [8], Дж. Фаєрвезер [5], С. Хаймер [6] та інші.

Дані дослідження надають повне пояснення такому процесу як міжнародне інвестування, вивчають основні напрямки інвестування та загрози, які можуть виникнути під

час розміщення власних коштів, розробляючи моделі інвестування, які надають можливість розпізнати ризики та переваги інвестування у певний об'єкт. Але в умовах прискореного розвитку світового ринку товарів, робіт і послуг перед ТНК та іншими суб'єктами міжнародних економічних відносин виникає потреба у трансформації або доповненні існуючих на сьогодні теорій міжнародного інвестування і тому дане питання потребує ще більшого вивчення і в майбутньому вимагатиме детального аналізу.

**Метою статті** є глибоке осмислення та дослідження сутності міжнародного інвестування ТНК в умовах сьогодення, яке характеризується зміною напрямків інвестування компаній, що пояснюється виникненням нових викликів сучасності, результатів фінансових криз та глобальної нестабільності.

**Основні результати дослідження.** Розвиток та стан сучасних міжнародних економічних відносин, як доводять історичні та еволюційні передумови, є наслідком тривалого бурхливого технологічного та економічного прогресу. У результаті лібералізації та глобалізаційних процесів, що відбувалися на міжнародній арені утворилась ціла низка можливостей для виходу заощаджень всередині однієї країни за межі своїх власних кордонів у будь-яку країну світу, що можна охарактеризувати як процес міжнародного інвестування. Основними суб'єктами, які мають дані ресурси і отримали переваги розміщення їх у певному регіоні чи країні світу виступають ТНК.

Але, як доводить практика, кожна корпорація робила акцент на певній особливості національного ринку, певній формі інвестування та факторів, які впливають на вибір об'єкта. Тому в системі міжнародних відносин утворилася та розвивається велика кількість теорій та поглядів на сутність міжнародного інвестування.

Міжнародне інвестування, на сьогодні, можна описати як певну послідовність дій з приводу реалізації інвестицій суб'єктом інвестиційної діяльності, який виступає в ролі інвестора. Але обов'язковою умовою в даному процесі є вихід і передача інвестицій з однієї країни в іншу для розміщення та використання майбутніх вигод від проведення інвестування.

В світовій практиці виділять форми міжнародних інвестицій такі як: портфельні та прямі інвестиції. Основна відмінність між цими формами інвестицій полягає в тому, в якій мірі інвестор хоче контролювати вкладений капітал - активно брати участь в управлінні компанією, в яку в вкладені кошти, або пасивно отримувати дохід від інвестицій.

Але будь-які інвестиції супроводжуються характерними ознаками такими як: дохідність, ризикованість, ліквідність. Тому ТНК намагаються диверсифікувати власні ризики, які пов'язані з розміщенням інвестицій і вкладають власні ресурси у рухоме і нерухоме майно, цінні папери, права інтелектуальної власності в розробки та дослідження. Внаслідок цього, вчені досліджують та розробляють теорії міжнародного інвестування, які розкривають суть та фактори вибору об'єкту інвестування, як видно з табл. 1.

Так, відповідно до досліджень С.Хаймера, який розробив теорію недосконалості ринку, рішення фірми інвестувати за кордоном пояснюється як стратегія отримати вигоду з певних можливостей не розділяючи конкурентів в зарубіжних країнах [6].

С. Хаймер зазначив одну з важливих економічних особливостей, яка відрізняла прямі іноземні інвестиції від інших форм інвестицій. Висновки вченого з приводу даного питання можна охарактеризувати в наступному, що інвестор, який виробляє прямі іноземні інвестиції, мотивовані не тільки отриманням високого прибутку, але, в основному, набуттям контролю над підприємством у другій країні. Тобто це не тільки очікування отримати прибуток від дивідендів і капіталу, як в портфельних інвестиціях. ПІІ - це поняття, що визначає операцію придбання за кордоном фізичних активів, при якій поточний контроль залишається у багатонаціональній компанії на її батьківщині [6]. Тобто проаналізувавши дану теорію, треба зазначити, що контроль є ключовим елементом прямих іноземних інвестицій.

**Таблиця 1. Основні теорії міжнародного інвестування**

Наукові концепції	Характерні ознаки	Представники
Марксизм	Інноваційна галузь вважалася найбільш перспективною; у міжнародному інвестуванні виділялися певні стадії; міжнародний інвестор виступав як автономний суб'єкт	К.Маркс
Теорія ринкової недосконалості	Рішення компанії з приводу інвестування за кордон обґрунтовується як стратегія капіталізації в певні можливості, які не поділяються з конкурентами в приймаючій країні	С.Хаймер
Неокласична теорія	Міжнародне інвестування було фактором збільшення добробуту не тільки самих інвесторів, але й національної економіки загалом; держава має лише опосередкований характер	Д.Менгер, Ф.Візер, Л.Вальрас, Дж.Кларк, Дж.Кейнс
Еволюційна економічна теорія	Сутність теорії міжнародного інвестування полягає у стимулюванні іноземних інвестицій у пріоритетні галузі економіки	Е.Домар, Е.Хансен, Дж.Робінсон, С.Харріс
Інституційна теорія	В глобальному економічному просторі міжнародне інвестування має з одного боку системний характер, а з іншого – диверсифікований, що відображається у різноманітті концепцій	Дж.Данінг, Ч.Кіндленберг Р.Вернон, Й.Шумпетер, Дж.Фаєрвезер
Теорія інтерналізації	Інтерналізація стосується розширення прямих операцій компаній під єдиним керівництвом, яке супроводжується певними посередниками, що зв'язують клієнтів і компанії	М.Кассон, Р.Е.Кейв, П.Кругман

*Джерело: складено на основі [7; 8].*

В свою чергу, на переконання теорії інтерналізації М. Кассона [2], вона стосується розширення прямих операцій компанії і приведення їх під спільну власність і контроль за діяльністю, яка здійснюється на посередницьких ринках, які зв'язують компанію з клієнтами. ТНК отримують вигоду у випадку створення власного внутрішнього ринку таким чином операції проводяться за нижчою ціною всередині компанії. Тобто провівши аналіз,

даної теорії, основним мотивом для ТНК під час здійснення інвестування залишається мінімізація витрат на сторонні трансакції.

Відповідно до даних досліджень, була сформована офіційна дискретна модель, яка доводить ефективність міжнародного інвестування ТНК, але особливість її полягає в тому, що вона направлена на визначення основного зворотного зв'язку від вкладення в інновації та наукові розробки. Модель заснована на тому, що оцінюються витрати на вкладення і кінцеві ціни на розробки. Вона пов'язана з трьома стадіями оцінки міжнародного інвестування. Стадії, яку проходить ТНК, відповідно до моделі М.Кассона, можна представити у вигляді алгоритму, як показано на рис. 1.



**Рис.1. Основні стадії вибору найкращого варіанту інвестування ТНК за моделлю М. Кассона**

*Джерело: складено на основі [2].*

Основними математичними операціями є додавання, множення, віднімання. Модель М. Кассона приймає до уваги те, що елементи з максимальними та мінімальними значеннями є унікальними. Всі змінні є додатними числами.

Технології в даній моделі визначаються як  $z = 1, \dots, Z$ . Показник  $N$  відповідає місцезнаходженню (країні). Штаб-квартири ТНК розміщені в країні  $q(z)$  і в свою чергу вкладення на дослідження та розвиток перебувають в країні  $r(z)$ . Якщо технологію визначити як  $z$ , то  $x(z) = 1$ , а в іншому випадку  $x(z) = 0$ . Залежності  $(x(z), q(z), r(z))$  визначають інноваційну стратегію для технології  $z$ .

Ринки відповідно визначаються, як  $l = 1, \dots, N$ . В країні  $l$ , споживачі описуються показником  $m(l)$ , де ціна визначається як  $v(l)$ . Виробництво асоціюється з розміщенням  $i(z, l)$ , власником продукту  $k(z, l)$ , та індикатором субпідряду  $s(z, l)$ , який приймає значення 0, якщо



об'єкт знаходиться в розпорядженні власника продукту 1, коли відповідає місцевій компанії. Якщо ринок 1 обслуговується технологією  $z$ , тоді  $x(z, 1) = 1$ ; в іншому випадку  $x(z, 1) = 0$ . Стратегія ринкової пропозиції для технології  $z$  і ринку 1 описується залежністю  $(x(z, 1), i(z, 1), k(z, 1), s(z, 1))$ . Оптимальна вартість цієї залежності обумовлюється показниками  $q(z), r(z)$  [2].

Постійні витрати вкладених інвестицій на дослідження та розробки описуються як  $f(1, z, r(z))$ , тоді постійні витрати окремих інвестицій та штаб-квартири ТНК можна визначити як  $f(2, z, q(z), r(z))$ . Тоді постійні витрати на технологію  $z$  буде відображена формулою 1.

$$f(z, q(z), r(z)) = \sum af(a, z, q(z), r(z)) \quad (a = 1, 2) \quad (1)$$

Тепер, зрозуміло, що будь-які інвестиції супроводжуватимуться змінними витратами. Наразі змінні витрати будуть трансформовані у постійні витрати на одиницю продукції. Існують певні обмеження щодо функції вартості  $c$ . Вартість виробництва описується як  $c(1, z, i(z))$  і яка залежить від технології та розміщення виробництва. Торговельні витрати відображаються як  $c(2, z, 1, i(z))$ , що залежать тільки від технології, ринку і місця виробництва. Витрати по передачі технології -  $c(3, z, r(z), i(z))$  залежать тільки від технології, розташування розробок і розвитку, місця розташування виробництва. Внутрішні витрати на торгівлі і витрати по передачі технології дорівнюють нулю і будуть відображені формулою 2, 3:

$$c(2, z, 1, i(z)) = 0 \quad \text{якщо } i(z) = 1 \quad (2)$$

$$c(3, z, r(z), i(z)) = 0 \quad \text{якщо } i(z) = r(z) \quad (3)$$

Але для визначення загальної вартості одиниць продукції для технології  $z$  на ринку 1 можна визначити формулу 4 на основі усіх складових витрат, яких відповідно до дослідження виділяють 7:

$$c(z, q(z), r(z), l, k(z), i(z), s(z)) = \sum bC(b, z, q(z), r(z), l, k(z), i(z), s(z)) \quad (b = 1, \dots, 7) \quad (4)$$

Провівши дані розрахунки витрат, відповідно до моделі М.Кассона, перша стадія даної моделі полягатиме у наступному. Для показників  $z, q(z), r(z)$  та  $l$ , цілком є мінімізувати  $c$  відповідно до місцезнаходження виробництва  $i(z, q(z), r(z), 1)$ , власності продукту  $k(z, q(z), r(z), 1)$  і відповідної стратегії  $s(z, q(z), r(z), 1)$ . Мінімізація витрат буде результатом проведених трьох стадій: перша відноситься до субпідряду, інша – власності продукту, а третя – місцезнаходженню виробництва. Змінна  $s$  входить лише у компоненти витрат 6 і 7. Для того, щоб визначити змінну необхідно мінімізувати суму компонентів 6 і 7, як видно з формули 5.

$$\min[s] \sum bc(b, z, q(z), r(z), l, k(z), a(z), s(z)) \quad (b = 6, 7) \quad (5)$$

Звідси впливає оптимальна стратегія, як відображено у формулі 6.

$$s^* = s^*(z, q(z), r(z), l, i(z), k(z)) \quad (6)$$

Правильне оптимальне рішення щодо інвестування, надає можливість змоделювати стратегію власника продукту, як показано у формулі 7:

$$k^* = k^*(z, q(z), r(z), l, i(z)) \quad (7)$$

Порівнявши витрати, які має ТНК попереднє рішення визначає стратегію місцезнаходження інвестицій, яка описується формулою 8:

$$i^* = i^*(z, q(z), r(z), l) \quad (8)$$

Тепер, маючи усі складові для оцінки ринку країни, на який виходить ТНК при проведенні інвестування, проектується оптимальна стратегія пропозиції для ринку 1, як видно з формули 9.

$$s^* = s^*(z, q(z), r(z), l)$$

$$k^* = k^*(z, q(z), r(z), l) \quad (9)$$

$$i^* = i^*(z, q(z), r(z), l)$$

Розглянувши проблеми оптимізації стратегії пропозиції, в наступній стадії моделі М. Кассон визначає вартість вкладених інвестицій ТНК. Визначення ціни в даному випадку залежить від технологій, які будуть проведені, а також від розміщення штаб-квартири ТНК [2]. Будь-яка технологія описується рівнянням  $Y = N^2 +$ , що уможливується інноваційною стратегією  $(x(z), q(z), r(z))$ , яка індексується як  $(x(z), q(z), r(z))$ , де, представимо, що  $y(z) = 1 + x(z)(q(z)(N - 1) + r(z))$ . За відсутності технологічних доповнень, кожен власник інвестицій з технологічним компонентом може обробити власну стратегію залежно від інших компонентів відповідно до конкурентних переваг.

Аналіз розробленої моделі М. Кассона на третій стадії, надає можливість, зробити певне узагальнення щодо вибору об'єкта інвестування, яке полягає у тому, що місцезнаходження штаб-квартири ТНК, а також умови, які існують для проведення інноваційних розробок забезпечує здійснення міжнародного інвестування транснаціональною компанією в межах певної країни, враховуючи основні фактори впливу, які притаманні економіко-географічному положенню даної країни.

Також можна зазначити, те що ТНК маючи певні переваги на світовому ринку, повинні забезпечувати себе найкращими умовами існування, тобто розраховувати ефективність інвестування в певній країні, наприклад, методом порівнянь фактичних затрат та вигоди, яка буде отримана в майбутньому.

Таким чином, згідно з дослідженнями Пола Кругмана, ТНК утворюватиметься як єдиний комплекс, коли наявні дві причини. Відповідно до першої, компанії знижують операційні витрати, тобто за допомогою внутрішніх операцій в межах одного підприємства, а інша причина полягає в тому, що тоді, коли компанія проводить поділ географічно, то пропорційно знижує прямі і транспортні витрати [7]. І тепер провівши ряд власних досліджень, можна погодитися з даним твердженням, так як ТНК здійснюючи інвестування у формі прямих іноземних інвестицій, розширює власні кордони функціонування та розвитку.

Відповідно до концепції Кейва [3], міжнародне інвестування є наслідком такого фактору, як географічна величина приймаючої країни, тобто компанії, що мають невеликий ринок виходять на закордонні ринки раніше, ніж компанії з великим внутрішнім ринком. В цьому випадку можна зазначити, що такі компанії обирають ефект масштабу.

Аналіз досліджень Дж. Даннінга та Дж. Файервезера показує, що схильність компанії до ініціювання зарубіжного виробництва буде залежати від конкретних переваг в своїй країні в порівнянні з ресурсними можливостями і розташуванням в іншій країні [4]. Тобто, ця теорія визначає обережне прийняття рішень щодо міжнародного інвестування ТНК.

ТНК, провівши глибоке вивчення усіх аспектів щодо здійснення міжнародного інвестування, зможуть проводити усі необхідні дії для виходу на зарубіжні ринки, в тому числі в країни, які розвиваються. Та основними рушіями переміщення капіталу з однієї країни в іншу будуть ефекти глобалізації, розвиток та удосконалення технологій, зміцнення азійських ринків та фінансова лібералізація. Дані фактори і спонукають виникненню різних поглядів і концепцій на міжнародне інвестування.

**Висновок.** Проведення аналізу поглядів різних вчених на міжнародне інвестування ТНК, свідчить про те, що будь-яка компанія перед здійсненням процесу інвестування повинна провести глибоке вивчення усіх факторів та особливостей в приймаючій країні та змодельовати усі наявні варіанти інвестицій.

В подальшому ТНК намагатимуться мінімізувати власні ризики, але одночасно і збільшувати власні доходи від інвестиційної діяльності. Та, зрозуміло, що без спроб пошуку нових незвичайних об'єктів інвестування ТНК не зможуть залишатися конкурентоспроможними впродовж тривалого періоду відповідно до принципу безперервної діяльності компанії. Тому подальші наукові розробки, що стосуватимуться міжнародного інвестування, потребуватимуть ще глибшого вивчення.

1. Buckley P. J. *The internalization theory of the multinational enterprise: a review of the progress of a research agenda after 30 years* / P.J Buckley, M. Casson. – UK: Macmillan, London, 2010.

2. Casson M. *Internalization theory: an unfinished agenda* / M.Casson. – UK: Reading, 2014.

3. Caves R. *Multinational enterprise and economic analysis* / R. Caves. – UK: Cambridge university press, 2010.

4. Dunning J. H. *Toward an eclectic theory of international production: some empirical tests* / J.H. Dunning // *Journal of International Business Studies*. – 2012. – Vol. 11. – No. 1.

5. Fayerweather J. *International Business Strategy and Administration* / J. Fayerweather. – UK: Ballinger, Cambridge, 2011.

6. Hymer S. *The efficiency (contradictions) of multinational corporations* / S. Hymer // *American Economic Review*. – 2010. – Vol. 60.

7. Krugman P. *Foreign Direct Investment in the United States* / P. Krugman. – Washington D.C.: Institute for International Economics, 2008.

8. Morgan R. *Theories of international trade, foreign direct investment and firm internationalization: a critique* / R. Morgan, C. Katsikeas. – UK, Cardiff: MCB University Press, 2010.

Стаття надійшла до редколегії 11.02.2016 р.

УДК 368.041

**Андрієнко В. М.,***д.е.н., доцент, професор кафедри менеджменту  
та економічної безпеки,**Черкаський національний університет  
імені Богдана Хмельницького, м. Черкаси***Кобко Р. В.,***аспірант, кафедра економічної безпеки,  
Національна академія внутрішніх справ України*

### **РОЛЬ СТРАХУВАННЯ У МІНІМІЗАЦІЇ ВПЛИВУ ЗАГРОЗ НА ЕКОНОМІЧНУ БЕЗПЕКУ СУБ'ЄКТІВ ГОСПОДАРСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ**

*Досліджено роль страхування як методу мінімізації впливу загроз на стан економічної безпеки суб'єктів господарювання. Проаналізовано основні види страхування ризиків та їх об'єкти. Систематизовано ризики для майнового, особистого, медичного, фінансового страхування і страхування відповідальності. Проведено порівняння страхових ризиків для рухомого і нерухомого майна. Запропоновано матриця «функціональні складові економічної безпеки – об'єкт загроз - види страхування» з метою стабілізації стану системи економічної безпеки суб'єктів господарської діяльності.*

*Ключові слова: страхування, страховий ризик, страховий випадок, економічна безпека, функціональні складові системи, загроза, ризик.*

### **РОЛЬ СТРАХОВАНИЯ В МИНИМИЗАЦИИ ВЛИЯНИЯ УГРОЗ НА ЭКОНОМИЧЕСКУЮ БЕЗОПАСНОСТЬ СУБЪЕКТОВ ХОЗЯЙСТВЕННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ**

**Андрієнко В. Н., Кобко Р. В.**

*Исследована роль страхования как метода минимизации влияния угроз на состояние экономической безопасности субъектов хозяйствования. Проанализированы основные виды страхования рисков и их объекты. Систематизированы риски для имущественного, личного, медицинского, финансового страхования и страхования ответственности. Проведено сравнение страховых рисков для движимого и недвижимого имущества. Предложена матрица «функциональные составляющие экономической безопасности – объект угроз - виды страхования» с целью стабилизации состояния системы экономической безопасности субъектов хозяйственной деятельности.*

*Ключевые слова: страхование, страховой риск, страховой случай, экономическая безопасность, функциональные составляющие системы, угроза, риск.*

## THE ROLE OF INSURANCE IN MINIMIZE THE IMPACT OF THREATS ON THE ECONOMIC SECURITY OF BUSINESS ENTITY

Andrienko V., Kobko R.

*The purpose of functioning of any enterprise is providing economic security by means of various methods and means. One of elements of the economic security system of subjects of managing is threats which influence activity of the enterprises and establishments. Emergence of the economic risks leading to full or partial loss of profit is result of impact of threats. Insurance as one of methods of the risk management is used in activity of the enterprises and establishments. However use of insurance for minimization of threats of economic security of subjects of economic activity is studied insufficiently deeply. The insurance role as method of minimization of influence of threats on a condition of economic security of subjects of managing is investigated. Main types of insurance of risks and their objects are analysed. Risks for property, personal, medical, financial insurance and insurance of responsibility are systematized. Comparison of insurance risks for personal and real estate is carried out. The matrix "functional components of economic security – object of threats - types of insurance" for the purpose of stabilization of a condition of system of economic security of subjects of economic activity is offered.*

**Keywords:** *insurance, insurance risk insurance case, economic security, functional components of the system, threat, risk.*

**Постановка проблеми.** В сучасних економічних умовах метою функціонування будь-якого суб'єкта господарювання є забезпечення його економічної безпеки за допомогою різноманітних методів та засобів. Одним із елементів системи економічної безпеки суб'єктів господарювання є загрози, які впливають на діяльність підприємств та установ. Результатом впливу зазначених загроз є поява економічних ризиків, що призводять до повної або часткової втрати прибутку.

Страхування як один із методів управління ризиками використовується в діяльності підприємств та установ. Проте використання страхування для мінімізації загроз економічній безпеці суб'єктів господарської діяльності вивчено недостатньо глибоко.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Дослідженням ризиків та загроз діяльності різноманітних суб'єктів господарювання у різний час займались видатні зарубіжні та вітчизняні науковці. Серед яких доцільно назвати: Донець Л. [1], Вітлінського В. [2], Зеркалова Д. [3] та інших. Проте питання розмежування зазначених понять вивчено недостатньо глибоко.

Класифікацію загроз економічній безпеці підприємства відображено у наукових працях, таких авторів, як Мігус І. [4], Зеркалов Д. [3], Ортинський В. [5] та інші. Значний внесок у дослідження питань сутності, класифікації та шляхів мінімізації ризиків зробили відомі вітчизняні та зарубіжні науковці.

Нажаль, різноманітність підходів до трактування таких економічних категорій як «економічний ризик», «страховий ризик», «страховий випадок» та «загрози економічній

безпеці підприємства» не дозволяє здійснити ефективне управління загрозами та ризиками та потребує подальшого дослідження.

**Мета статті.** Дослідження страхування як методу мінімізації впливу загроз на стан системи економічної безпеки суб'єктів господарювання.

**Основні результати дослідження.** На основі аналізу Закону України «Про страхування» нами розглянуто деякі категорії та поняття. Ризик є основою формування страхових відносин, оскільки без ризику не може бути його організовано, за відсутності страхового інтересу. Тому ризик і необхідність покриття збитку в результаті його прояву вимагає організації страхового захисту. Причому сутність ризику та ймовірність його реалізації, визначають зміст і умови договору страхування [4].

Так, страховий ризик – це ймовірна подія або сукупність подій, на випадок настання яких здійснюється страхування. Отже страховими ризиками вважаються ті, які вказані в договорі страхування або передбачені законодавством [6].

Реалізація ризику через випадкові події означає настання страхового випадку, тому необхідно розрізняти поняття страховий випадок і страховий ризик (подія).

Страхові ризики (події) передбачають потенційно можливе нанесення збитку об'єкту страхування, а страховий випадок – це вже реалізоване нанесення збитку об'єкту страхування.

З точки зору економічної безпеки страхові ризики – це загрози економічній безпеці суб'єкта господарської діяльності.

Основними видами страхування ризиків, якими користуються в процесі своєї діяльності суб'єкти господарювання є майнове, особисте, медичне страхування, фінансових ризиків та відповідальності.

Страхові випадки при страхуванні майна розглядаються в Законі України «Про страхування» як пошкодження, часткове або повне знищення застрахованих майнових об'єктів у наслідок настання страхових ризиків.

У Законі України «Про страхування» страхові випадки при особистому страхуванні визначені як часткова та повна втрата працездатності, смерть у наслідок настання особистих страхових ризиків: травм, опіку, отруєння, ураження електричним струмом тощо. Страховими ризиками при медичному страхуванні є розлад здоров'я застрахованої особи, що є наслідком гострого захворювання, загострення хронічного захворювання, нещасного випадку.

Страховим випадком є звернення застрахованої особи до медичного закладу із числа передбачених програмою страхування та одержання консультативно-діагностичної, лікувально-оперативної, оздоровчої, профілактичної тощо медичної допомоги, що потребує надання передбачених програмою страхування медичних послуг при розладі здоров'я внаслідок гострого захворювання, загострення хронічного захворювання, нещасного випадку, а також отримання інших послуг, ліків та товарів медичного призначення відповідно до умов, передбачених програмою страхування.

При страхуванні відповідальності об'єктами визначено, що майнові інтереси страхувальника, пов'язані з його обов'язком відшкодувати відповідно до чинного

законодавства заподіяну ним у процесі провадження виробничої, побутової або іншої діяльності шкоду життю, здоров'ю (тілесне ушкодження) та/або майну третіх осіб (майновий збиток) та інші витрати, пов'язані зі страховим випадком.

**Таблиця 1. Порівняння страхових ризиків (загроз економічній безпеці)  
для нерухомого та рухомого майна**

Страхові ризики (загрози)	
Нерухоме майно	Рухоме майно
Вогонь (пожежа, удар блискавки, вибух, падіння на застраховане майно пілотованих літальних об'єктів, їхніх частин чи вантажу, що ними перевозився);	Пожежа (вплив на застрахований засіб високої температури або продуктів горіння в результаті пожежі, яка виникла з будь-якої причини; неконтрольоване горіння, яке виникає усередині установок, які використовують вогонь або тепло для технологічних процесів, вибух);
Стихійні явища (сильний вітер (буря, шторм, ураган), вихор, град, зливові дощі, тиск снігового шару, паводок (затоплення, водопілля, повінь), землетрус, гірські обвали і схід лавин, зсув, осідання ґрунту, виверження вулкану, інші стихійні явища);	Природні сили та стихійні лиха;
Вплив рідини (пошкодження водою, маслом, холодагентом тощо з водопровідних, каналізаційних, опалювальних і аналогічних систем, а також систем пожежогасіння);	-
Знищення, пошкодження в результаті помилкового вмикання автоматичних систем пожежогасіння	Знищення або пошкодження транспортного засобу з необережності, вчиненого шляхом необережного поводження з вогнем або іншими джерелами підвищеної небезпеки;
Крадіжка з проникненням, грабіж, розбій, умисне знищення або пошкодження застрахованого майна, інші протиправні дії третіх осіб, передбачені Договором страхування (далі разом – протиправні дії третіх осіб)	Протиправні дії третіх осіб (крадіжка з незаконним проникненням, грабіж або розбій, умисне пошкодження або знищення транспортного засобу в результаті дій третіх осіб);
Наїзд транспортного засобу	-
Вплив диму	-
Звуковий удар	-
Падіння предметів	Падіння літальних апаратів або їх частин;
Інші ризики	Порушення температурного режиму в результаті несправності рефрижераторного обладнання та ін.
Забруднення хімічними речовинами земельної ділянки	-
Будь-які ризики зовнішнього впливу	Невиконання договірних зобов'язань

Джерело: складено авторами на основі [6]

Основними видами відповідальності, що підлягає страхуванню є:

- відповідальність суб'єкта господарської діяльності;
- відповідальність орендаря;
- відповідальність роботодавця;
- відповідальність товаровиробника;
- відповідальність власника автостоянки /гаражу;
- відповідальність організатора видовищних заходів;
- відповідальність власника готельного/туристичного комплексу;
- відповідальність мешканців житлових будинків;
- відповідальність бухгалтерів, аудиторів;
- відповідальність архітекторів;
- відповідальність нотаріусів;
- відповідальність оцінювачів;
- відповідальність ріелтерів;
- відповідальність медичних установ і приватно практикуючих лікарів;
- відповідальність учасників ринку цінних паперів;
- відповідальність митних брокерів.

Страховим ризиком при страхуванні відповідальності є виникнення у страхувальника обов'язку відшкодувати відповідно до чинного законодавства шкоду, заподіяну життю, здоров'ю третіх осіб та (або) збиток, заподіяний їх майну, внаслідок випадкової події, що відбулася в результаті дій або бездіяльності страхувальника.

При страхуванні відповідальності страховими випадками є:

- шкода, заподіяна життю, здоров'ю третіх осіб та (або) збиток, заподіяний їх майну, внаслідок випадкової події, що відбулася в результаті дій або бездіяльності страхувальника;
- шкода, заподіяну життю, здоров'ю працівників підприємства та (або) збиток, заподіяний їх майну, при виконанні ними трудових обов'язків внаслідок таких причин, коли у потерпілих осіб є підстави вимагати від страхувальника, який є роботодавцем, відшкодувати заподіяні роботодавцем шкоду та (або) збиток;
- майновий збиток третім особам внаслідок невиконання договірних зобов'язань перед цими особами.

Страховими випадками при страхуванні відповідальності перевізника або професійної відповідальності є:

- нанесення шкоди життю, здоров'ю третіх осіб (каліцтво, втрата потерпілим працездатності або його смерть);
- втрата (загибель) або пошкодження майна (будівель, споруд, будинків, іншого майну фізичних та юридичних осіб, включаючи тварин), що належить третім особам;
- шкода навколишньому середовищу (псування, пошкодження, знищення лісових масивів, іншої рослинності, сільськогосподарських угідь, ґрунтового покриву, тваринного світу; шкідливий вплив на водні об'єкти: річки, озера, ставки, струмки, підземні води тощо) у наслідок настання страхових ризиків.



Об'єктом страхування при страхуванні фінансових ризиків є майнові інтереси страхувальника, пов'язана з володінням, користуванням і розпорядженням матеріальними активами страхувальника, якому можуть бути заподіяні матеріальні збитки внаслідок невиконання (неналежного виконання) контрагентом (-ами) договірних зобов'язань.

Страховими ризиками є ймовірність понесення збитків внаслідок:

1. Невиконання (неналежного виконання) контрагентом Страхувальника своїх договірних зобов'язань перед Страхувальником внаслідок аварії або катастрофи на місці виконання зобов'язань, пожежі, стихійного лиха, протиправних дій третіх осіб.

2. Невиконання (неналежного виконання) контрагентом Страхувальника своїх договірних зобов'язань перед Страхувальником внаслідок банкрутства контрагента.

3. Недотримання умов та строків виконання контрагентом Страхувальника фінансових зобов'язань за Угодою. Під фінансовим зобов'язанням розуміється зобов'язання контрагента здійснити оплату вартості поставлених товарів, виконаних робіт або наданих послуг згідно з умовами, передбаченими Угодою.

4. Недотримання контрагентом строків встановлення та налагодження машин, устаткування, строків поставки товарів або строків надання послуг, виконання робіт, згідно з умовами, передбаченими Угодою.

Законодавчо залежно від специфіки діяльності суб'єкта господарювання розрізняють також страхування кредитних ризиків, ризиків при операціях з цінними паперами тощо.

**Таблиця 2. Матриця «функціональна складова – об'єкт загроз-вид страхування»**

Функціональні складові	Об'єкт загроз	Вид страхування
Фінансова	Фінансові ресурси	добровільне страхування фінансових ризиків
		добровільне страхування кредитних ризиків
		добровільне страхування відповідальності бухгалтерів, аудиторів
Правова	Правове забезпечення діяльності	добровільне страхування відповідальності нотаріусів
		добровільне страхування відповідальності роботодавця
		добровільне страхування відповідальності суб'єкта господарської діяльності
Технологічна	Технології виробництва	майнове страхування
		добровільне страхування відповідальності товаровиробника
Майнова	Майнові цінності	майнове страхування
Інформаційна	Інформація	добровільне страхування відповідальності бухгалтерів, аудиторів
Кадрова	Працівники	добровільне страхування відповідальності роботодавця
Екологічна	Екологічний стан	добровільне страхування відповідальності власників транспортних засобів

Джерело: складено авторами на основі [4,5,6].

Беручи до уваги перелік функціональних складових системи економічної безпеки, запропонованих до використання авторами, та ґрунтуючись на класифікації загроз економічній безпеці суб'єктів господарювання [4,5], проаналізуємо, який вид страхування притаманний кожній з функціональних складових системи економічної безпеки суб'єктів господарської діяльності (табл. 2).

Проведений аналіз показав, що вплив загроз на окремі функціональні складові системи економічної безпеки, не може бути повністю мінімізований за рахунок існуючих видів страхування ризиків. У зв'язку з цим існує потреба у створенні нових програм страхування та їх впровадження на українському страховому ринку.

**Висновок.** Отже, страхування ризиків покликане забезпечити економічну безпеку компаній, створити підтримку у складній ситуації і підвищити рівень відповідальності посадових осіб. Розробка та впровадження нових страхових продуктів дозволить мінімізувати більшість загроз та ризиків.

1. Донець Л.І. *Економічні ризики та методи їх вимірювання: навчальний посібник* / Л.І. Донець. – К.: ЦУЛ, 2006.

2. Вітлінський В. В. *Ризик у менеджменті* / В. В. Вітлінський, С. І. Наконечний. – К.: ТОВ «Борисфен-М», 1996.

3. Зеркалов Д. В. *Безпека комерційної діяльності: у 2-х книгах. Кн. 2: Захист. Довідник* / Д. В. Зеркалов. – К.: Основа, 2006.

4. Мігус І. П. *Теоретико-методологічні підходи до класифікації загроз економічній безпеці суб'єктів господарювання* / І. П. Мігус, О. С. Гордієнко // *Сучасні перспективи розвитку систем економічної безпеки держави та суб'єктів господарювання: монографія* / за ред. проф. І.П. Мігус. – Черкаси: ТОВ «МАКЛАУТ» – Черкаси, 2012.

5. *Економічна безпека підприємств, організацій та установ: навч. посібник* / В.Л. Ортинський [та ін.]. – К.: Правова єдність, 2009.

6. Закон України «Про страхування» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon1.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?user=01>

*Стаття надійшла до редколегії 29.01.2016 р.*

УДК 336.7:338.2

Гончарова К. Г.,

*здобувач, кафедра менеджменту та економічної безпеки,**Черкаський національний університет**імені Богдана Хмельницького, м. Черкаси*

### **ОСОБЛИВОСТІ ОЦІНКИ РІВНЯ ДІЛОВОЇ РЕПУТАЦІЇ ТОП-МЕНЕДЖМЕНТУ БАНКУ В БАНКІВСЬКИХ УСТАНОВАХ УКРАЇНИ, ЯК СКЛАДОВОЇ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ БАНКУ**

*Остання фінансова криза показала, що найкраще у світовій економіці виживають і розвиваються ті банківські установи, які мають високій рівень ділової репутації. Вони здатні формувати навколо себе свою репутаційну аудиторію та бути надійними гарантами свого продуктового ряду та своєї діяльності. Саме тому, щоб з плином часу банк не втратив цей важливий стратегічний актив, його треба періодично оцінювати. В українському законодавстві не існує чіткого та універсального визначення поняття ділова репутація. Виключення становить лише банківське законодавство, яке найбільш ґрунтовно підходить до регулювання ділової репутації. Тема стабільності та надійності банку, оцінки впливу ділової репутації керівників банку на стабільність банківської установи як наслідок, впливу на економічну безпеку банку є провідними на сьогодні.*

*Ключові слова: економічна безпека, ризик, банк, загрози, функціональні складові, система, ділова репутація, гудвіл.*

### **ОСОБЕННОСТИ ОЦЕНКИ УРОВНЯ ДЕЛОВОЙ РЕПУТАЦИИ ТОП- МЕНЕДЖМЕНТА БАНКА В БАНКОВСКИХ УЧРЕЖДЕНИЯХ УКРАИНЫ, КАК СОСТАВЛЯЮЩЕЙ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ БАНКА**

Гончарова К. Г.

*Последний финансовый кризис показал, что лучше всего в мировой экономике выживают и развиваются те банковские учреждения, которые имеют высокий уровень деловой репутации. Они способны формировать вокруг себя свою репутационную аудиторию и быть надежными гарантами своего продуктового ряда и своей деятельности. Именно поэтому, чтобы с течением времени банк не потерял этот важный стратегический актив, его надо периодически оценивать. В украинском законодательстве не существует четкого и определения понятия деловая репутация. Исключение составляет только банковское законодательство, которое наиболее основательно подходит к регулированию деловой репутации. Тема стабильности и надежности банка, оценки влияния деловой репутации руководителей банка на стабильность банковского учреждения и, как следствия, влияния на экономическую безопасность банка на сегодняшний день являются ведущими.*

*Ключевые слова: экономическая безопасность, риск, банк, угрозы, функциональные составляющие, система, деловая репутация, гудвилл.*

## FEATURES ASSESSING THE LEVEL OF BUSINESS REPUTATION OF THE BANK'S TOP MANAGEMENT IN BANKS UKRAINE, AS PART OF THE BANK'S ECONOMIC SECURITY

Honcharova K.

*The latest financial crisis has shown that the best way to survive in the global economy and develop those banks that have a high level of business reputation. They are able to form around himself a reputation audience and be reliable guarantors of its product range and its activities. That is why, over time, to the bank lost this important strategic asset, it must be periodically evaluated. Ukrainian legislation there is no clear and universal definition of goodwill . The exception is only the banking legislation, which most thoroughly suited to the regulation of business reputation. The issue of the definition of goodwill in scientific studies paid little attention. Not disclosed relationship business reputation and economic security of the bank. We must remember that affect the economic security and stable development of the banking institution. According to the author the disclosure issue stability and reliability of the bank cannot avoid the issue of economic security and its components. The leading topic today is the theme of stability and reliability of the bank's assessment of the impact of business reputation of bank managers on the stability of the banking institution as a result, the impact on the economic security of the bank. This work is devoted to the assessment of goodwill as an important component of economic security of the bank.*

*Keywords: economic security, risk, bank, threats, functional components, system, classification, business reputation, goodwill.*

**Постановка проблеми.** Банківський сектор України порівняно нещодавно зіткнувся з питанням оцінки ділової репутації на державному рівні. Банки стали вибудовувати свою репутацію ще до того, як в науково-практичний побут увійшло поняття "ділова репутація". Глобальної ідеєю, що лежить в основі банківських комунікацій нинішнього періоду, є ідея лідерства в економічному просторі України. Ця ідея реалізується за допомогою розробки певних тем, спільних для всіх банків, незважаючи на їх несхожість.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Аналіз останніх публікацій та досліджень таких вчених як Аксенов А. И. [9], Бурбело, Д. В. [3], Беляев В. [4], Герасименко О. М., [10], Костюк В. Д. [8], Стефанчук Р. О. [7], Солоха В. Ю. [3], Уманців Г. В. [6] показав, що, незважаючи на вагомий внесок цих вчених, питанням оцінки ділової репутації керівників банків та самих банків приділяється не достатньо уваги.

**Мета статті.** Обґрунтування важливості оцінки ділової репутації топ-менеджерів банку та самої банківської установи, аналіз взаємозв'язку ділової репутації, та економічної безпеки банку.

**Основні результати дослідження.** Закон України «Про банки і банківську діяльність» [1] визначає ділову репутація, як - відомості, зібрані Національним банком України, про

відповідність діяльності юридичної особи (банку) або фізичної особи, у тому числі топ - менеджменту банку та власників істотної участі у такій юридичній особі (банку), вимогам закону, діловій практиці та професійній етиці, а також відомості про порядність, професійні та управлінські здібності фізичної особи. При цьому визначенні можна побачити основні елементи, що використовуються для оцінки ділової репутації як банку так і його топ – менеджменту.

Закон України «Про фінансові послуги та державне регулювання ринків фінансових послуг» визначає ділову репутацію - сукупність документально підтвердженої інформації про особу, що дає можливість зробити висновок про відповідність її господарської та/або професійної діяльності вимогам законодавства, а для фізичної особи - також про належний рівень професійних здібностей та управлінського досвіду, а також відсутність в особи судимості за корисливі злочини і за злочини у сфері господарської діяльності, не знятої або не погашеної в установленому законом порядку. Як можна побачити, при такому визначенні, необхідним є аналіз додаткових даних з метою оцінки рівня ділової репутації як банку так і його топ-менеджменту.

Постанова Пленуму Верховного Суду України від 27.02.2009 №1 «Про судову практику у справах про захист гідності та честі фізичної особи, а також ділової репутації фізичної та юридичної особи» - визначає ділову репутацію фізичної особи, як під діловою репутацією фізичної особи розуміється набута особою суспільна оцінка її ділових і професійних якостей при виконанні нею трудових, службових, громадських чи інших обов'язків. Під діловою репутацією юридичної особи, у тому числі підприємницьких товариств, фізичних осіб - підприємців, адвокатів, нотаріусів та інших осіб, розуміється оцінка їх підприємницької, громадської, професійної чи іншої діяльності, яку здійснює така особа як учасник суспільних відносин. В даному випадку перед нами елементи оцінки, що залежать від людського фактору та окреслюють соціальні та професійні якості топ-менеджменту банку.

Проте варто наголосити, що недостовірність негативної інформації є правовою презумпцією. А питання чи є розповсюджена інформація про особу негативною і чи була нанесена особі через розповсюдження цієї інформації шкода вирішується судом в кожному конкретному випадку з урахуванням усіх обставин справи.

Стандарти оцінки ділової репутації проводяться як урядовими органами (НБУ, законодавство України) так і неурядовими органами (рейтингові агенції, періодичні видання тощо).

З метою дослідження методів оцінки урядовими органами ділової репутації нами було проведено аналіз законодавства України з даної теми (табл. 1).

Говорячи про нарощування репутації своєї банківської інституції, українські банки "роздувають" свій імідж. Внаслідок чого виникає невідповідність іміджу банку, його зовнішнього образу істинного змісту, з'являються псевдо-бренди. Подібні інциденти мають місце в практиці різних країн.

Окрім матеріального елемента, в рамках економічної трактування репутації банку слід розглядати такі складові, як ризик і власне топ менеджмент банку, як елемент управління банком.

**Таблиця 1. Законодавчі норми визначення ділової репутації**

Зміст	Законодавчі норми
Ділова репутація може бути предметом договору комерційної концесії	ст.1116 Цивільного кодексу України, ст. 366 ГКУ
ділова репутація та ділові зв'язки можуть бути вкладом учасника простого товариства у спільну діяльність	ст.1133 ЦКУ
ділова репутація має свою вартість – «гудвіл» та є однією зі складових ринкової вартості юридичної особи	п.14.1.40 ПКУ
Чинне законодавство України закріплює, що право на недоторканність ділової репутації, що належить як фізичній так і юридичній особі	ст.ст. 94, 299 ЦКУ
приниження ділової репутації, що належить як фізичній так і юридичній особі розглядається як завдання моральної шкоди	ст.23 ЦКУ
Погіршення ділової репутації може призвести до реальних фінансових збитків. Неправомірне використання чужих позначень, рекламних матеріалів, упаковки; неправомірне використання товару іншого виробника; копіювання зовнішнього вигляду виробу іншого виробника; порівняльна реклама, визнаються Господарським кодексом України неправомірним використанням ділової репутації суб'єкта господарювання, і, відповідно, недобросовісною конкуренцією	ст.ст. 32, 33 ГКУ

*Джерело: складено автором*

Економічна діяльність передбачає обов'язкову наявність елементів ризику, але стосовно до ділової репутації важливі не самі ризики, а здатність органів управління компанії визначати їх і в разі реалізації діяти відповідно. Таким чином, при визначенні ділової репутації враховується поведінковий елемент, який, у свою чергу, оцінюється учасниками цивільного обороту позитивно, нейтрально або негативно залежно від результатів поведінки.

Тож, власне оцінка ділової репутації топ-менеджменту й самого банку – його гудвілу є важливим елементом управління репутацією банківської інституції.

Нажаль, як було з'ясовано протягом даного дослідження, системна методика оцінки рівня топ-менеджменту банківської інституції на сьогодні відсутня.

Відштовхуючись від аналізу Закону України Про банки і банківську діяльність виплаває чіткий висновок: діловою репутацією керівників банків є відомості, які отримані Національним банком України, про відповідність діяльності голови, його заступників та членів ради банку, голови, його заступників та членів правління (директорів), головного

бухгалтера, його заступника та керівників відокремлених підрозділів банку вимогам закону, діловій практиці та професійній етиці, а також відомості про їх порядність, професійні та управлінські здібності.

Суттєвим є те, що керівником банку може бути лише особа, яка підтвердить свою бездоганну ділову репутацію. Сама ж по собі бездоганна ділова репутація керівника банку набувається не на підставі наявності певних фактів в біографії особи, а скоріше навпаки, їх відсутністю.

Відповідно до репутаційних вимог та професійно-кваліфікаційних характеристик, професійна компетенція банківського топ-менеджменту визначається сукупністю досвіду, умінь та навичок, необхідних для виконання відповідних посадових обов'язків. Проте на сьогодні важлива картина у динаміці, тобто оцінка ділової репутації топ – менеджменту банку проводиться за умов наявності підтверджених у часі фактів.

Професійну компетенцію топ – менеджменту можна розподілити на чотири основних рівні:

1. Фахова компетенція – знання, уміння, навички, досвід, які необхідні керівнику для виконання певних службових завдань.

2. Ділова компетенція – певні якості в розрізі банківських вмінь: організованість, ініціативність, ефективність, працьовитість, що сприяють реалізації службових завдань.

3. Морально-психологічна компетенція – репутаційна складова - самооцінка, справедливість, об'єктивність, культура поведінки тощо як необхідний чинник самоорганізації фахівця.

4. Інтелектуальна компетенція – загальна ерудиція, уміння аналізувати явища в різних сферах економічного життя, знати методологію і мати навички прийняття оптимального рішення. [2,3,4].

Якщо розглядати особливості оцінки ділової репутації топ- менеджменту в розрізі напрямків діяльності банківської інституції, необхідно зробити акцент на дуже важливий аспект у геополітичній ситуації, у якій опинилась Україна, а саме – фінансовий моніторинг банківської діяльності.

Оцінка ділової репутації особи, яка призначається працівником, відповідальним за проведення фінансового моніторингу банку проходить за наступними критеріями:

Відповідно до пункту 31 частини першої статті 1 Закону України «Про запобігання та протидію легалізації (відмиванню) доходів, одержаних злочинним шляхом, або фінансуванню тероризму» [5]. Бездоганна ділова репутація – це сукупність підтвердженої інформації про особу, що дає можливість зробити висновок про відповідність її діяльності вимогам законодавства, а також для фізичних осіб - про належні професійні, управлінські здібності та відсутність в особи судимості за корисливі злочини і за злочини у сфері господарської діяльності, не знятої або не погашеної в установленому законом порядку.

Бездоганна ділова репутація топ - менеджменту банку мінімізує деякі не фінансові банківські ризики, що є дуже важливим фактором економічної безпеки банку. Основним завданням якої, є побудова системи, захищеної від зовнішніх та внутрішніх ризиків, та спрямованої на забезпечення найбільш стабільного та ефективного банківського існування.

Адже, враховуючи вищезазначене, не можна не брати до уваги, дуже важливу роль комплаєнс ризиків та репутаційних банківських ризиків, які в першу чергу є факторами створення іміджу банку в очах клієнтів та контролюючих органів.

Продовжуючи тему ділової репутація, неможливо обійти стороною ділову репутацію самої банківської інституції, адже рівень репутації топ – менеджменту не може перевищувати рівень ділової репутації банківської установи.

На сьогодні оцінка ділової репутації банківської установи України може бути опосередкованим показником рівня ділової репутації топ – менеджменту банку.

Перша згадка про матеріальну складову ділової репутації - гудвіл датується 1571 р. Спочатку цей термін вживався юристами, а згодом перейшов до бухгалтерської практики. Причиною цього було визнання гудвілу майновим правом, через що виникла потреба в його оцінці та прийнятті до обліку. В 1891 р. англійський бухгалтер Ф. Мор запропонував підходи до оцінки гудвілу на основі генерованих ним додаткових доходів [6]. У вітчизняній практиці термін «гудвіл» почав використовуватися під час купівлі-продажу підприємств. Розглянемо трактування гудвілу.

МСФЗ 3 «Об'єднання бізнесів» визначає ділову репутацію (goodwill) як майбутні економічні вигоди, що витікають з активів, які неможливо окремо ідентифікувати або розпізнати. Тобто вартість ділової репутації розраховується не сама по собі, а лише як результат ідентифікації і оцінки інших активів і зобов'язань, що перейшли від компанії-об'єкту до компанії-покупця. В американській теорії гудвіл - це капітал придбань, коли ціна, виплачена за компанію, перевищує ринкову цінність матеріальних активів [5, 6]. У П(С)БО 19 «Об'єднання підприємств»: гудвіл визначається як перевищення вартості придбання над часткою покупця у справедливій вартості придбаних ідентифікованих активів та зобов'язань на дату придбання .

Слід зазначити, що визначення гудвілу, які наводяться у законодавчих та нормативних актах, відрізняються в основному визначенням його як результату порівняння вартостей, тобто гудвілу, що виникає під час придбання. Існують суперечності щодо визначення складових гудвілу та виділення його з групи НМА. Деякі елементи, що формують вартість гудвілу, в обліку відносяться до НМА.

У науковій літературі зустрічаються близькі по значенню та синонімічні терміни «ділова репутація», «авторитет», «популярність», «імідж», «бренд» і ін. Частіше всього гудвіл ототожнюється з діловою репутацією, оскільки розкриває близькі по суті властивості і ознаки цих понять. [7, 8, 9,].

При цьому оцінка змісту ділової репутації включає дві складові:

- якісну оцінку стану або положення банківської установи (власне репутація, або внутрішньо генерований гудвіл);
- кількісну міру привабливості банківської інституції як суб'єкта ринкових відносин (гудвіл при придбанні банку) [10].

Під час придбання банківської установи формується оцінка вартості ділової репутації банку. Наявність гудвілу, за який покупець дає згоду заплатити, свідчить про переваги, які має придбана банківська установа внаслідок більш ефективного використання активів.



**Висновок.** В загальному розумінні, ділова репутація топ-менеджменту банку – це відомості, які отримані Національним банком України, про відповідність діяльності голови, його заступників та членів ради банку, голови, його заступників та членів правління (директорів), головного бухгалтера, його заступника та керівників відокремлених підрозділів банку вимогам закону, діловій практиці та професійній етиці, а також відомості про їх порядність, професійні та управлінські здібності. А також проаналізовані вимоги до ділової репутації керівників банку. Ділова репутація впливає на ризики банку, які в свою чергу впливають на економічну безпеку банку. Питанням ділової репутації банку потрібно приділяти підвищену увагу на рівні контролюючих органів, але й банки повинні усвідомити важливість контролю за рівнем ділової репутації власної установи.

1. Закон України «Про банки і банківську діяльність» Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/2121-14>
2. Глобал Репак 100. Репутація світових компаній, 15 країн, 2012 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.slideshare.net/Chuiiev/2012-country-rep-trak-the-worlds-most-reputable-countries-2012>.
3. Бурбело О. А. Економіка і правова безпека репутації підприємства / О. А. Бурбело, Д. В. Солоха, В. Ю. Припотень: монографія. – Луганськ. Янтар, 2006.
4. Беляев В. Репутація фірми / В. Беляев // Город бизнеса [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://gorodbiznesa.ru/reputaciya-firmy/>.
5. Закон України «Про запобігання та протидію легалізації (відмиванню) доходів, одержаних злочинним шляхом, фінансуванню тероризму та фінансуванню розповсюдження зброї масового знищення» Режим доступу: <http://zakon0.rada.gov.ua/laws/show/1702-18>
6. Уманців Г.В. Внутрішній гудвіл підприємства: економічна природа, проблеми оцінки та обліку // Бухгалтерський облік і аудит (укр.).- 2006.- № 9.
7. Стефанчук Р. О. Особисті немайнові права фізичних осіб (поняття, зміст, система, особливості здійснення та захисту) : монографія / Р. О. Стефанчук ; відп. ред. Я. М. Шевченко. — К.: КНТ, 2008.
8. Костюк В. Д. Нематериальные блага. Защита чести, достоинства и деловой репутации / В. Д. Костюк. — М.: Лекс. Книга, 2002.
9. Аксенов А.И. Оценка нематериальных активов при объединении компаний // Финансовый менеджмент (рус.).- 2006.- № 5.
10. Герасименко О.М. Моделювання системи забезпечення кадрової безпеки суб'єкта господарювання, Економіка та управління підприємствами - актуальні проблеми економіки №2(128), 2012.

Стаття надійшла до редколегії 24.01.2016 р.

УДК [620.92:338.45] (447)

Гільорме Т. В.,

к.е.н, доцент,

кафедра статистики обліку та економічної інформатики,

Дніпропетровський національний університет

імені Олеся Гончара, м. Дніпропетровськ

### ФОРМУВАННЯ МЕХАНІЗМУ ПРОСУВАННЯ ЕНЕРГОЗБЕРІГАЮЧИХ ТЕХНОЛОГІЙ НА ЗАСАДАХ КОНЦЕПЦІЇ СТЕЙКХОЛДЕРІВ

*Розглянуто особливості використання концепції стейкхолдерів при формуванні та запровадженні механізму просування енергозберігаючих технологій. Дано аналіз участі у прийнятті рішень щодо запровадження механізму двох альфа-стейкхолдерів близького кола впливу: персонал підприємства та споживачі. Застосування концепції стейкхолдерів дозволить підвищити корпоративну соціальну відповідальність підприємства. Проведення діалогу зі споживачами дозволяє компанії запобігти можливим ризикам перед запуском нової продукції або послуги, покращити свій імідж у суспільстві, краще зрозуміти потреби ринку. Розглянуто основні чотири фактори, що можуть визначати результат діалогу стейкхолдерів щодо запровадження механізму маркетингового просування енергозберігаючих технологій.*

*Ключові слова:* стейкхолдери, енергозберігаючі технології, механізм, корпоративна соціальна відповідальність, персонал, споживачі, платформа, ризик, стратегія.

### ФОРМИРОВАНИЕ МЕХАНИЗМА ПРОДВИЖЕНИЯ ЭНЕРГОСБЕРЕГАЮЩИХ ТЕХНОЛОГИЙ НА ОСНОВЕ КОНЦЕПЦИИ СТЕЙКХОЛДЕРОВ

Гильорме Т. В.

*Рассмотрены особенности использования концепции стейкхолдеров при формировании и внедрении механизма продвижения энергосберегающих технологий. Дан анализ участия в принятии решений о введении механизма двух альфа-стейкхолдеров ближнего круга влияния: персонал предприятия и потребители. Применение концепции стейкхолдеров позволит повысить корпоративную социальную ответственность предприятия. Проведение диалога с потребителями позволяет компании избежать возможных рисков перед запуском новой продукции или услуги, улучшить свой имидж в обществе, лучше понять потребности рынка. Рассмотрены основные четыре фактора, которые могут определять результат диалога стейкхолдеров о введении механизма маркетингового продвижения энергосберегающих технологий.*

*Ключевые слова:* стейкхолдеры, энергосберегающие технологии, механизм, корпоративная социальная ответственность, персонал, потребители, платформа, риск, стратегия.

## FORMATION OF MECHANISM OF PROMOTING ENERGY EFFICIENCY TECHNOLOGIES ON THE BASIS OF STAKEHOLDER CONCEPT

Gil'orme T.

*The paper considers the peculiarities of employing the stakeholder concept in the formation and implementation of the mechanism of promoting energy efficiency technologies. An analysis is performed of the participation of two alpha-stakeholders of the inner circle of influence in the decision-making: the enterprise personnel and the consumers. It is thereby proved that the implementation of the stakeholder concept would allow increasing the corporate social responsibility of the enterprise. Conducting a dialogue with the consumers enables the company to evade possible risks prior to launching new products or services, to improve its own image among the society as well as to understand better the demands of the market. The paper goes on to review four major factors that may determine the result of the stakeholders dialogue in respect of implementation of the mechanism of marketing promotion of energy efficiency technologies. The article considers the methodological platform for building the organizational-informational mechanism for promotion of energy saving technologies based on the life-cycle conception and the model created by Kurt Lewin. The formation mechanism of marketing promotion of mechanism for innovative energy efficient technologies in the markets of goods and services in Ukraine will lead to such positive changes as stimulating interest and motivation for innovative energy saving technologies; in marketing promotion business – increasing level of activity and independence; developing skills of analysis and reflection activities; commitment to development cooperation. It will make communication support in the implementation of projects of energy saving technologies. The prospects for further research in this area are: development based on the hierarchy analysis method of levels of choosing the best communication means to promote energy efficient technologies, evaluation of the organization and coordination of marketing logistics services in innovative energy networks, development of procedures for marketing communications interaction of economic agents in the energy and industrial markets in Ukraine on the basis of developed mechanism for the effect stakeholders.*

**Keywords:** stakeholders, energy efficient technologies, mechanism, corporate social responsibility, personnel, consumers, platform, risk, strategy.

**Постановка проблеми.** У новому тисячолітті в Україні активно розвивається провадження проектів систем енергозабезпечення на основі використання альтернативних джерел енергії. З метою формування європейської ментальності у вітчизняних споживачів, посередників, постачальників, інших учасників ринкових процесів слід проводити відповідне маркетингове комунікаційне забезпечення створення і просування на ринки інноваційних енергозберігаючих технологій в Україні. Застосування концепції стейкхолдерів дозволить визначити вплив зацікавлених сторін на запровадження механізму просування енергозберігаючих технологій, особливо маркетингового.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Поява концепції «стейкхолдерів» (stakeholder concept, stakeholder theory) пов'язана з виходом роботи Е. Фрімена «Стратегічний менеджмент: концепція зацікавлених сторін» [1], в якій автор вводить поняття «зацікавлена

сторона» (stakeholder), дає його визначення і пропонує до розгляду оригінальну модель фірми. Висунута Е. Фріменом ідея про представлення фірми та її зовнішнього і внутрішнього оточення як набору зацікавлених в її діяльності сторін, інтереси і вимоги яких повинні прийматися до уваги і задовольнятися менеджерами як офіційними представниками фірми, одержала широку підтримку [8, 9]. Але недостатня розробленість теоретичних положень цієї теорії та підходів до її практичного застосування сьогодні ще залишає простір для дискусій, що зумовило спрямованість наукової статті, її мету та завдання. Віддаючи належне науковому доробку, слід зазначити, що певне коло завдань запровадження механізму просування енергозберігаючих технологій залишається розробленим недостатньо. Потребує поглибленого теоретичного обґрунтування вплив стейкхолдерів, особливо близького кола впливу, на запровадження даного механізму для нівелювання ризиків та формування стратегій їх послаблення.

**Мета статті.** Розробка теоретичних, методологічних положень та практичних рекомендацій щодо формування та запровадження механізму просування енергозберігаючих технологій на засадах концепції стейкхолдерів.

**Основні результати досліджень і публікацій.** На підставі концепції «життєвого циклу» та моделі Курта Левіна процедура формування та впровадження механізму просування енергозберігаючих технологій складається з 7 етапів: виникнення концепції механізму; проведення необхідних досліджень та отримання необхідної інформації; формування механізму; впровадження механізму; функціонування механізму; закінчення дії механізму чи перехід на більш прогресивний рівень; оцінювання економічної доцільності впровадження механізму. Об'єктом механізму є маркетингове просування енергозберігаючих технологій, є інноваційні енергозберігаючі технології. Суб'єкти механізму – економічні агенти (суб'єкти господарювання, держава, енергосервісні компанії тощо). Мета запровадження механізму – активізація маркетингової комунікаційної взаємодії економічних агентів на енергетичних та промислових ринках України за рахунок удосконалення комунікаційної підтримки. Управлінські рішення, які приймаються на початкових стадіях запровадження механізму просування енергозберігаючих технологій, істотно впливають на комунікаційну ефективність маркетингового просування енергозберігаючих технологій, тривалість і вартість запровадження механізму, вартість відкладених рішень та відповідно економічну ефективність. Формування механізму просування інноваційних енергозберігаючих технологій на ринках товарів і послуг України приведе до таких позитивних змін: стимулювання інтересу та мотивації до інноваційних енергозберігаючих технологій; у суб'єктів маркетингового просування – підвищення рівня активності і самостійності, розвитку навичок аналізу та рефлексії діяльності, розвитку прагнення до співпраці, емпатії. Це дозволить здійснювати комунікаційну підтримку при впровадженні проектів енергозберігаючих технологій.

Концепція стейкхолдерів (зацікавлені сторони) розглядається у системній інженерії. На наш погляд, методологічну платформу даної теорії можливо застосувати при формуванні механізму просування енергозберігаючих технологій. За міжнародним стандартом соціальної відповідальності ISO 26000, «стейкхолдер» або заінтересована сторона – це особа або група

осіб, яка має інтерес у будь-яких рішеннях або діях організації [3]. Залучення стейкхолдерів – це діяльність щодо створення можливостей для діалогу між компанією та одним або кількома її стейкхолдерами з метою надання інформаційної бази для рішень компанії. У близькому колі стейкхолдерів (первинні стейкхолдери) представлені персонал, власники, клієнти, бізнес-партнери при запровадженні даного механізму. Дальнє коло (вторинні стейкхолдери) – непрямий вплив: держава, конкуренти, інвестори, локальні спільноти (засоби масової інформації, громадські організації тощо). Обидва кола представляють взаємозалежну систему, павутиння, що підтримує впровадження чи навпаки – не дозволяє здійснити необхідні заходи реалізації механізму. Створеннями платформи визначення стейкхолдерів займаються у системній інженерії. Розуміння того, хто є стейкхолдером відносно рішень, що приймаються, повинно бути встановлено заздалегідь. Серед значного кола стейкхолдерів обирають найбільш впливові – це альфа-стейкхолдери, які безпосередню впливають на організаційне забезпечення впровадження цього механізму. Так, альфи впровадження механізму просування енергозберігаючих технологій представлені на рис. 1.

Організаційне забезпечення проекту складається з управління можливостями організацій поставляти і купувати продукти і послуги через підтримку, ініціалізацію і управління проектами. Це забезпечення поставляє ресурси і інфраструктуру, необхідні для сприяння проектам, і гарантує виконання організаційних цілей і діючих угод.

Залежно від стадії життєвого циклу механізму просування енергозберігаючих технологій відбуваються зміни у структурі бета-стейкхолдерів, наприклад: на етапі «Логістика та супровід» – допоміжні сервіси, інструктори, учасники ланцюжків постачань.

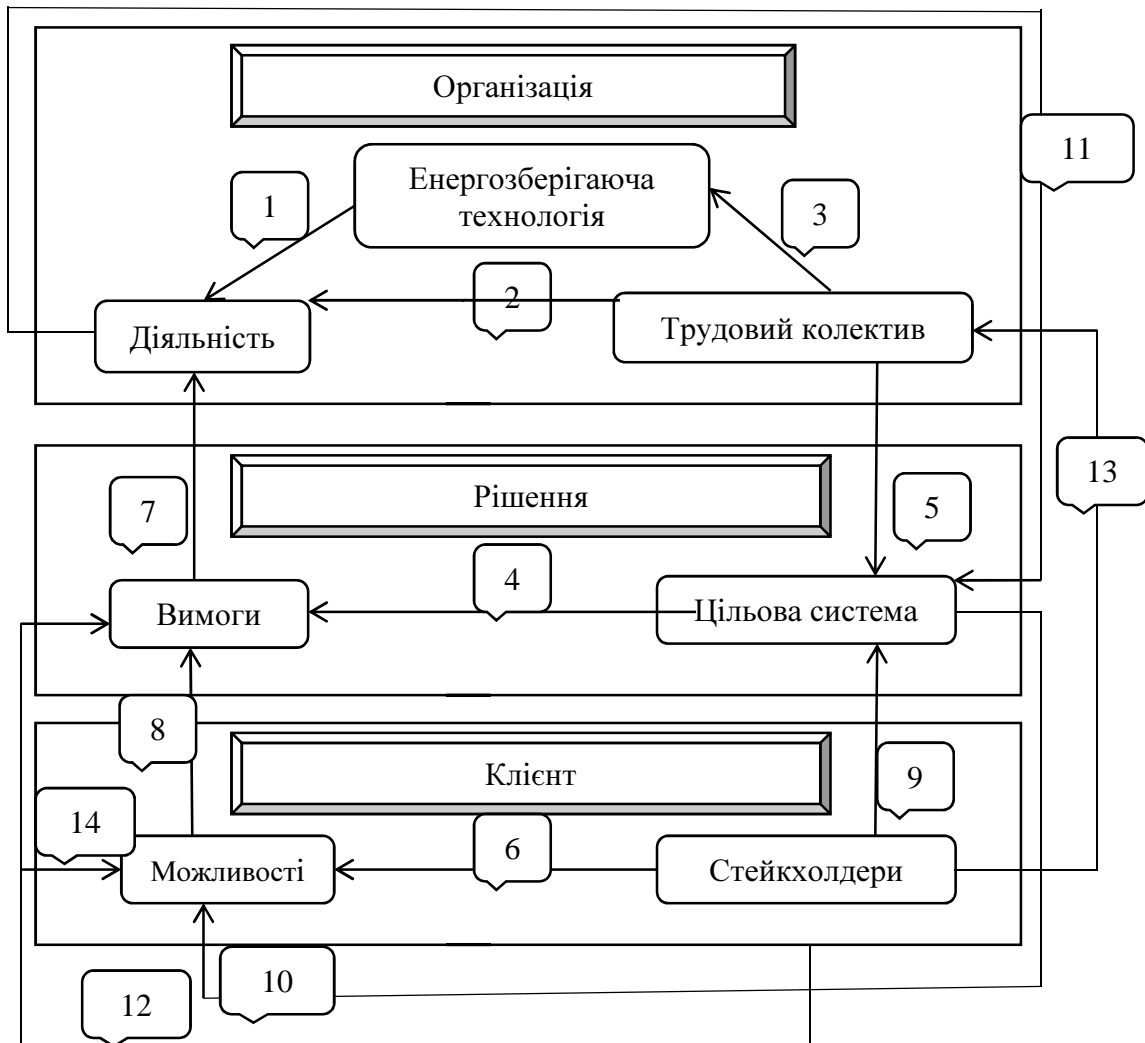
Можна відокремити чотири сектори впровадження механізму маркетингового просування енергозберігаючих технологій, у яких діють стейкхолдери: технічний, управління портфелем проектів, управління якістю маркетингового просування та управління ризиками.

Зокрема при управлінні ризиками впровадження механізму формалізується процес: міститься опис категорій ризику, перспектив стейкхолдерів та опис (можливо за допомогою посилання) технічних і управлінських завдань, допущень і обмежень. Необхідно встановлювати і підтримувати профіль ризиків, кожен запис якого повинен містити важливість ризику. Важливість визначається критеріями ризику, наданими стейкхолдерами.

Сутність відповідного профілю ризиків повинна періодично повідомлятися стейкхолдерам залежно від їх потреб, оскільки профіль ризиків може змінюватися у разі оновлення окремого стану ризику [8].

Але, наш погляд, персонал підприємства є ключовим фактором нівелювання насамперед процедурних ризиків при впровадженні механізму просування енергозберігаючих технологій (прямий вплив), а непрямий вплив – технічні (якість праці спеціалістів у сфері інженерії та робочі) та фінансові (компетентність фінансових аналітиків підприємства та вищого управлінського керівництва) [10]. Це головне близьке коло стейкхолдерів кожного суб'єкта господарювання. Саме для цього необхідна побудова кадрової стратегії розвитку персоналу. Взаємодія компанії зі співробітниками може відбуватись на двох рівнях – у прямій формі за безпосередньої участі працівника

(індивідуальні інтерв'ю, соціальні запити тощо) або опосередковано – через представників працівників і профспілок всіх рівнів. Соціальний діалог може бути синонімом діалогу з працівниками, якщо під час такої взаємодії розглядаються питання сталого розвитку і соціальної відповідальності. Такий соціальний діалог може зробити стратегію соціальної відповідальності більш надійною для зовнішніх стейкхолдерів, оскільки вона підтримуватиметься працівниками компанії.



**Рис. 1. Альфа-стейкхолдери запровадження механізму просування енергозберігаючих технологій, напрями діяльності: 1 – направляє; 2 – планує та виконує; 3 – застосовує; 4 – задовольняє; 5 – створює; 6 – забезпечує; 7 – визначає предмет і обмежує об’єм; 8 – уточнює; 9 – використовує; 10 – допомагає використовувати; 11 – обновляє та змінює; 12 – формує; 13 – підтримує; 14 – організує для організування на зміни.**

*Джерело: авторська розробка*

Соціальна орієнтованість діяльності компаній є, перш за все, проявом загальносвітової тенденції соціалізації та гуманізації економічних відносин. У сфері бізнесу ця тенденція

виражається у концепції соціальної відповідальності, коли компанії відповідальні перед усіма людьми та організаціями, з якими вони стикаються в процесі діяльності, і перед суспільством в цілому. Елементи соціальної відповідальності активно реалізуються компаніями понад 50 років, саме поняття «соціальна відповідальність бізнесу» вперше офіційно пролунало у 1999 році на Всесвітньому економічному форумі в Давосі. У 2000 році ООН ініціювала широкомасштабний міжнародний рух у сфері дотримання прав людини, трудових відносин, навколишнього середовища й боротьби з корупцією (Глобальний договір UN Global Compact, 2000). Приєднання до цього договору означає, що компанія вибудовує свій бізнес з урахуванням цих вимог і, таким чином, декларує свою соціальну спрямованість [6].

Згідно з [7] розвиток корпоративної соціальної відповідальності дозволяє:

- 1) збільшити прибуток, прискорити темпи зростання;
- 2) отримати доступ компаніям до соціально відповідальних інвестицій, при розподілі яких інвестори беруть до уваги показники, що характеризують діяльність компанії в соціальній та етичній сферах, у сфері захисту навколишнього середовища. Існує декілька індексів, що дозволяють оцінити ступінь соціальної відповідальності організацій – це FTSE4 Good, Dow Jones Sustainable Index та ін.;
- 3) скоротити операційні витрати, наприклад за рахунок скорочення відходів виробництва або їх переробки, збільшення ефективності використання електроенергії або продажу перероблених матеріалів;
- 4) покращити бренд і репутацію, що допоможе розвинути і відкрити нові ринки та напрямки бізнесу;
- 5) підвищити продажі, лояльність клієнтів (споживачі хочуть знати, що туристичні продукти створені з розумінням відповідальності по відношенню до навколишнього середовища, а також інших соціальних аспектів, деякі споживачі навіть готові платити більше за «відповідальні» продукти);
- 6) збільшити продуктивність і якість продукту (послуги);
- 7) отримати більше можливостей залучити й утримати співробітників (люди воліють працювати в компаніях, цінності збігаються з їх власними);
- 8) скоротити претензії з боку регулюючих органів;
- 9) зробити більш ефективним управління ризиками;
- 10) підвищити економічну безпеку.

Отже, на сучасному етапі розвитку економіки ефективність діяльності компанії багато в чому залежить від ступеня її залучення до вирішення глобальних завдань, що стоять перед світовим співтовариством. До числа таких задач в першу чергу слід віднести поліпшення економічних і соціальних відносин у суспільстві. Так, соціально активна поведінка безпосередньо впливає на репутацію бізнесу. Це підтверджується лінійною залежністю між індексом корпоративної соціальної відповідальності та репутацією ведучих компаній світу, яку визначено у дослідженні «Global Reputation Pulse Study» (2010 р.) [2].

Сьогодні споживачі все частіше цікавляться питаннями енергозбереження – рішення щодо купівлі товарів або послуг залежать від того, як вони виробляються – поряд із традиційними критеріями, такими як ціна, якість та безпечність продукту або послуги.

Проведення діалогу зі споживачами дозволяє компанії запобігти можливим ризикам перед запуском нової продукції або послуги, покращити свій імідж у суспільстві, краще зрозуміти потреби ринку. Як і у випадку з працівниками, діалог зі споживачами може проводитись напряду або через організації, що представляють інтереси споживачів (це можуть бути організації, що представляють інтереси всіх споживачів або організації, що представляють інтереси споживачів конкретної групи товарів або послуг). Участь у діалозі зі споживачами часто беруть треті сторони: громадські організації, які мають необхідну професійну компетенцію щодо тематики, за якою відбувається діалог; профспілки в ситуації, коли рішення компаній стосовно споживачів впливають на умови роботи працівників; органи державної влади також можуть брати участь в діалозі компанії зі споживачами, оскільки їхня діяльність передбачає захист прав споживачів. Іноді споживачі можуть бути і бізнес-партнерами, тоді спільні зусилля двох компаній створюють ефекти синергії.

Основні чотири фактори, що можуть визначати результат діалогу стейкхолдерів щодо запровадження механізму маркетингового просування енергозберігаючих технологій є [5]: зобов'язання: потрібно надавати пріоритети і ресурси на вирішення ключового питання діалогу зі стейкхолдерами; потенціал: фізичні, організаційні й людські ресурси, які доступні для проведення діалогу зі стейкхолдерами; консенсус: передумова вдалого діалогу – наявність узгоджених цілей і загальних цінностей і консенсусу між учасниками діалогу і виконавцями рішень; усвідомлення: генеральні директори компанії повинні допомагати у впровадженні рішень діалогу та інтегрування в організаційну систему.

Моніторинг і оцінка залучення стейкхолдерів мають бути інтегровані до моніторингу і оцінки діяльності організації в сфері сталого розвитку, при цьому можливі такі заходи:

1. Комунікація зі стейкхолдерами щодо цінності і впливу залучення повинна виходити за рамки забезпечення зворотного зв'язку заінтересованим сторонам.
2. Публічна звітність щодо взаємодії зі стейкхолдерами про результати заходів із залучення стейкхолдерів з метою демонстрації необхідності таких заходів для подальшої діяльності організації.
3. Об'єднати публічну звітність щодо взаємодії із заінтересованими сторонами з іншими формами нефінансової звітності (корпоративна соціальна звітність, звіт про сталий розвиток тощо). На наш погляд, для підвищення об'єктивності інформації, звіт про взаємодію зі стейкхолдерами повинний бути завірений стейкхолдерами, наприклад, створеною Панеллю стейкхолдерів. Незалежна зовнішня верифікація публічної звітності саме стейкхолдерами компанії збільшить довіру до звіту. Наразі більшість компаній, що готують нефінансові звіти або звіти зі сталого розвитку, тільки описують в них свою діяльність щодо взаємодії із заінтересованими сторонами, в тому числі, й українські компанії.

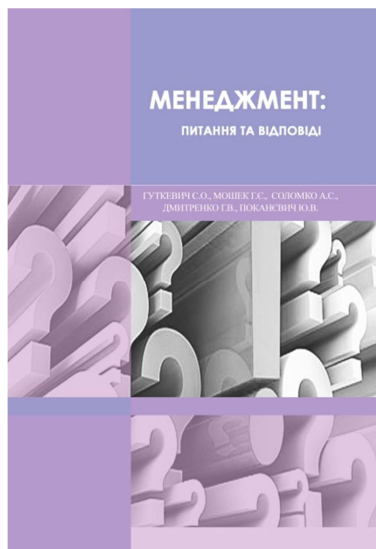
**Висновок.** Діалог зі стейкхолдерами є важливою частиною діяльності підприємства із корпоративної соціальної відповідальності. У провідних компаніях світу створюються Панелі стейкхолдерів, яка включає матрицю, карту стейкхолдерів тощо [9]. Тоді як українські компанії, які запроваджують енергозберігаючі технології застосують, як правило, діалог зі стейкхолдерами проводиться ad hoc («для вирішення конкретного завдання»). На наш



погляд, необхідно перейти від ad hoc-комунікації зі стейкхолдерами до стратегічного діалогу. Це дозволить створити план залучення стейкхолдерів – для моніторингу, оцінки процесів залучення заінтересованих сторін при запровадженні механізму просування енергозберігаючих технологій. Перспективою подальших досліджень у даному напрямку є: розробка процедури маркетингової комунікаційної взаємодії економічних агентів на енергетичних і промислових ринках України на підставі розробленого механізму з урахуванням впливу стейкхолдерів.

1. *Freeman R. E. Strategic Management / R. E. Freeman. – Boston: Pitman, 1984.*
2. *Global Reputation Pulse Study [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.cordis.europa.eu>*
3. *ISO 26000 Corporate Social Responsibility Guidance [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.greenbusiness.sg/2011/03/16/introducing-iso-26000-guidance-on-social-responsibility/>*
4. *Базова інформація з корпоративної соціальної відповідальності / О. Лазоренко [та ін.]. – К.: Видавництво «Енергія», 2008.*
5. *Діалог зі стейкхолдерами: рекомендації компаніям [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.metro.ua/public/>*
6. *Зантарая Т. Соціальні програми соціальної відповідальності бізнесу / Т. Зантарая // Управління персоналом. – 2007. – №11.*
7. *Зінченко А. Г. Соціальна відповідальність в Україні: погляди різних стейкхолдерів / А. Г. Зінченко, М. А. Саприкіна. – К., 2008.*
8. *Петров М. А. Теория заинтересованных сторон: пути практического применения / М. А. Петров // Вестник СПбГУ. Сер. Менеджмент. –2004. – № 2.*
9. *Саприкіна М. Діалог зі стейкхолдерами: міжнародні та українські реалії сьогодення / М. Саприкіна, Д. Каба. – К.: Фарбований лис, 2011.*
10. *Смирнов С. О. Методологічна платформа формування організаційно-інформаційного механізму маркетингового просування енергозберігаючих технологій / С. О. Смирнов, Т. В. Гільорме // Бізнес Інформ. – 2015. – № 7.*

*Стаття надійшла до редколегії 28.02.2016 р.*

**ЦЕ ЦІКАВО****МЕНЕДЖМЕНТ: ПИТАННЯ ТА ВІДПОВІДІ**

*Менеджмент : питання та відповіді : навч. посіб./ С.О. Гуткевич, д.е.н., проф., Г.Є. Мошек, к.е.н., проф., Г.В. Дмитренко, д.н. з держ. упр., А.С. Соломко, к.е.н., доц., Ю.В. Поканевич, к.е.н., доц.; заг. редакція проф. Мошека Г.Є. – Харків, 2016. – 940 с.*

У навчальному посібнику у формі запитань та відповідей узагальнено і систематизовано практичний досвід і сучасні підходи до управління провідних вітчизняних і зарубіжних фахівців, детально і в логічній послідовності розглянуті основні програмні питання загальноекономічних дисциплін «Основи менеджменту», «Менеджмент», «Стратегічний менеджмент», «Операційний менеджмент», «Управління людськими ресурсами», «Міжнародний менеджмент», «Менеджмент в освіті».

Особливістю навчального посібника є те, що в ньому рисунки, таблиці, графіки, схеми наочно ілюструють сучасні підходи до менеджменту та його еволюцію, закони, закономірності, принципи, функції та методи управління, процес управління організаціями, види адміністративних моделей, технологію прийняття управлінських рішень, управління інноваціями, ризиками та конфліктами, підходи вибору критеріїв оцінки ефективності менеджменту.

До кожного розділу посібника надано перелік компетенцій, які має отримати майбутній фахівець та завдання для самостійної оцінки отриманих знань.

Під час підготовки посібника авторами використано власні матеріали з підручників «Менеджмент підприємства», «Менеджмент», «Основи менеджменту», «Менеджмент: теорія і практика», «Міжнародний менеджмент», «Міжнародні освітні системи», які були рекомендовані Міністерством освіти і науки України для вищих навчальних закладів.

Розрахований на студентів, магістрів, аспірантів і викладачів вищих навчальних закладів для дистанційного навчання та за іншими формами навчання. Посібник буде також корисним для керівників і спеціалістів організацій всіх форм власності.

ПО СТОРІНКАХ ЖУРНАЛУ**ЕКСПЕРТИ-РЕЦЕНЗЕНТИ НАУКОВИХ СТАТЕЙ. 2015 РІК**

*Онiщенко І. Г.*, д.пол.н., професор

I розділ «Світова економіка та міжнародні відносини»

*Корiнько М. Д.*, д.е.н., професор

II розділ «Національна економіка»

*Пугачов М. І.*, д.е.н., професор (зовнішній рецензент)

*Сафонов Ю. М.*, д.е.н., професор

*Парсяк В. Н.*, д.е.н., професор

III розділ «Інвестиційно-інноваційна діяльність»

*Федулова І. В.*, д.е.н., професор

*Дмитренко Г.В.*, д.н. з держ. упр., професор (зовнішній рецензент)

IV розділ «Бізнес та інтелектуальний капітал»

*Ковальчук Т.Т.*, д.е.н., професор (зовнішній рецензент)

*Солоха Д.В.*, д.е.н., доцент

V розділ «Екологічні проблеми»

## ЕЛЕКТРОННІ АДРЕСИ НАШИХ АВТОРІВ

Андрієнко Василь Миколайович	<i>andrienko-vm@ukr.net</i>
Гільорме Тетяна Вікторівна	<i>gillyorme@mail.ru</i>
Гончарова Крістіна Георгіївна	<i>kristina.goncharova@yahoo.com</i>
Гужва Ігор Юрійович	<i>mfertua@gmail.com</i>
Драган Аліна Дмитрівна	<i>alinadragan.dpi@gmail.com</i>
Кобко Роман Васильович	<i>roma_kobko@ukr.net</i>
Петухова Ольга Михайлівна	<i>ompetukhova@bigmir.net</i>
Пріб Катерина Анатоліївна	<i>kprieb@ukr.net</i>
Пугачов Володимир Миколайович	<i>avtor05@ukr.net</i>
Пугачова Катерина Миколаївна	<i>avtor05@ukr.net</i>
Сас Олександр Олександрович	<i>sasalexandr@ukr.net</i>
Сас Ірина Сергіївна	<i>artemenkoi@meta.ua</i>
Стахурська Світлана Антонівна	<i>vinyarl@i.ua</i>
Ткаченко Юлія Володимирівна	<i>tkyuliia@gmail.com</i>
Ткачук Світлана Валеріївна	<i>baloon0110@i.ua</i>
Шевченко Юлія Андріївна	<i>shevchenko-julia@ukr.net</i>

**ДО УВАГИ АВТОРІВ ЖУРНАЛУ «ІНТЕЛЕКТ XXI»****Вимоги до структури та оформлення матеріалу статей**

- українською, російською та англійською мовами подаються: прізвище, ім'я, по-батькові автора (авторів), назва статті, анотація (500-700 знаків українською та російською, 900-1000 знаків – англійською), ключові слова (6-8 позицій);

- стаття має включати наступні структурні підрозділи відповідно до постанови президії ВАК України від 15.01.2003р. № 7-05/1 “Про підвищення вимог до фахових видань, внесених до переліків ВАК України”:

- **постановка проблеми** у загальному вигляді та її зв'язок із важливими науковими чи практичними завданнями;

- **аналіз останніх досліджень і публікацій**, в яких розглядається дана проблема і на які спирається автор;

- формулювання мети статті;

- **основні результати дослідження** з повним обґрунтуванням отриманих наукових результатів;

- **висновки**, у тому числі з науковою новизною, й **перспективи подальших досліджень** у даному напрямку;

- стаття має бути структурованою – УДК, розділи з назвами повинні бути виділені;
- посилання на джерела статистичних даних та публікації дослідників обов'язкові;
- посилання на підручники, навчальні посібники, періодичні видання, газети і ненаукові журнали – небажані;

- посилання на власні публікації не допускаються (допускаються тільки у випадку крайньої необхідності);

- формули подавати у редакторі формул, із загальноприйнятим використанням символів, з нумерацією у круглих дужках;

- роботи авторів, на прізвища яких є посилання в тексті [\_\_, с. \_\_], мають бути в списку літератури;

- джерела повинні бути оформлені за формою 23 ДАК України «Приклади оформлення бібліографічного опису у списку джерел, який наводять у дисертації, і списку опублікованих робіт, який наводять в авторефераті», а їх кількість повинна бути в межах 8-10 джерел за абеткою;

- в кінці статті автор (автори) вказує, що надіслана стаття не друкувалась і не подана до будь-яких інших видань та ставить свій підпис (підписи);

- обсяг статті – від 6 сторінок (шрифт TimesNewRoman, розмір 14; міжрядковий інтервал – 1,5; поля з усіх боків – 20 мм.);

- матеріали мають бути надані в печатному та електронному вигляді;

- рецензії 2-х докторів наук за даним напрямом (для авторів без наукового ступеня).

Вимоги до структури та оформлення авторських даних (українською мовою):

- прізвище, ім'я, по-батькові автора (авторів),
- вчене звання, вчений ступінь, посада і місце роботи,
- поштова та електронна адреси,
- контактний телефон.

Без електронної адреси автора(-ів) статті прийматись не будуть.

*Редакційна колегія залишає за собою право на редагування та прийняття рішення щодо видання статті.*

Журнал публікує статті українською, російською, англійською мовами та видається 6 разів на рік.

E-mail:[intelekt21@mail.ru](mailto:intelekt21@mail.ru)