

ISSN 2415-8801

Інтелект

XXI

№3 2016

УДК 005.336.4

НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ХАРЧОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ
ГО «ІНСТИТУТ ПРОБЛЕМ КОНКУРЕНЦІЇ»

№ 3 НАУКОВИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ ЖУРНАЛ «ІНТЕЛЕКТ XXI»
2016 Заснований у 2010 році. Виходить 6 раз на рік.
Реєстраційне 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 <i>доктор економічних наук, професор</i>
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
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
Юренієнє Віргінія	- доктор, професор (Литва)
Солоха Дмитро Володимирович	- відповідальний секретар <i>доктор економічних наук, доцент</i>

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 XXI» обов'язково

Адреса наукового журналу «Інтелект XXI»:

<http://intelligence.org.ua>

E-mail: intelekt21@mail.ru

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

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

Підписано до друку 05.07.2016 р. Формат 70x100 $\frac{1}{16}$. Папір офсетний.

Друк офсетний. Обл. вид. арк. 7,02. Ум. др. арк. 5,7.

Тираж 100 прим. Замовлення № 16-712

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

№3 2016

САБЛУКУ
ПЕТРУ ТРОХИМОВИЧУ – 75 РОКІВ



**Доктор економічних наук, професор, академік НААН України,
Герой України, вчений міжнародного рівня – Саблук Петро Трохимович**

ДО ЮВІЛЕЮ ВЧЕНОГО

Саблук П. Т. є людиною нової формації, яка має великий досвід наукової та політичної діяльності.

Як вчений він має аналітичний склад розуму, здатний глибоко сприймати й оцінювати з практичної точки зору процеси і явища, наполегливо відстоювати свої переконання, досягати накресленої мети.

Петро Трохимович Саблук - визначний вчений у галузі економіки агропромислового комплексу, фінансів, бухгалтерського обліку й аналізу господарської діяльності сільськогосподарських підприємств та інформатики. Це один із засновників нової методології ціноутворення й формування інфраструктури ринку, регулювання міжгалузевих економічних відносин в агропромисловому комплексі, напрямів реформування сільськогосподарських підприємств, розвитку земельних відносин, удосконалення фінансово-кредитної і податкової системи в АПК. Його науковий інтерес охоплює розробку теоретичних основ трансформації українського сільського господарства до ринкової економіки, формування нової моделі організації сільського господарства на засадах поєднання приватної власності з індивідуальною, сімейною і колективною формами організації виробництва, створення автономних в економічному відношенні внутрігосподарських підрозділів сільськогосподарських підприємств та нових організаційно-правових господарських формувань, заснованих на приватній власності.

Вагомий внесок П.Т. Саблука в наукову розробку методичних рекомендацій з питань аграрної економічної науки, зокрема по організації єдиної економічної служби сільськогосподарських підприємств, організації економічних відносин в умовах оренди і внутрігосподарській кооперації та багато інших. Характерним для діяльності Петра Трохимовича є генерування ідей, їх глибоке осмислення і чітке формулювання. При формуванні всіх тем і наукових розробок організаційно-правових основ створення аграрного ринку сільськогосподарської продукції та продовольчих товарів, ринкової інфраструктури, ринків матеріально-технічних ресурсів і послуг, праці, землі тощо, Петро Трохимович брав безпосередню участь. Під його керівництвом розробляються наукові теми, стосовно соціально-економічного стану постреформованого розвитку агропромислового виробництва та національної безпеки України, що втілюється в життя.

Петро Трохимович бере активну участь у законотворчій діяльності з підготовки законів і постанов Верховної Ради України, Кабінету Міністрів та Міністерства з питань розвитку агропромислового комплексу.

Він плідно працює з науковими центрами США, Німеччини, Франції, Великобританії, Чехії, країн СНД, і особливо Російської Федерації. Він є учасником багатьох міжнародних симпозіумів і конференцій з питань аграрної економіки.

Наукові праці Петра Трохимовича Саблука умовно можна поділити на декілька етапів. Так, в 1971- 1985 рр. його науковий інтерес концентрується на проблемах бухгалтерського обліку й аналізу господарської діяльності сільськогосподарських

підприємств. В них переважають питання методології обліку, поєднання на господарському рівні бухгалтерського обліку з економічним аналізом і прийняттям управлінських рішень. П.Т. Саблук - один із перших, хто пропагував, а потім і опрацював методологію перетворення бухгалтерського обліку в активний інструмент управління господарською діяльністю сільськогосподарського підприємства. Особливо ці аспекти наукових праць сприяли становленню в аграрній сфері внутрішньогосподарського розрахунку та розвитку товарно-грошових відносин всередині тодішніх колгоспів і радгоспів, міжгосподарських підприємств.

1986-1990 рр., на якому власне було започатковано опрацювання теорії радикальних економічних реформ, діапазон наукових поглядів П.Т. Саблука виходить за межі суто проблем обліку. Не відриваючись від своєї базової освіти та наукового надбання першого етапу, разом з іншими вченими він активно включається в розробку наукової моделі переорієнтації агропромислового комплексу на ринкові умови, реформування аграрного сектору економіки України. Наукові розробки автора за цей період не втрачають актуальності і понині. І що характерно, вони виявились науковим дороговказом до нової ринкової моделі організації сільського господарства в Україні. Сутністю наукового доробку, особливо на завершальному етапі другого періоду, є наукове обґрунтування принципово нових економічних основ агропромислового комплексу. В цьому, як у краплі води, відбиваються і зміст реформування сільського господарства, відносини власності, земельні відносини, форми господарювання та економічний механізм у цілому. Автор справедливо вказує на історизм перехідного моменту, на його перевагу. Українське село дійсно одержало модель організації агропромислового виробництва, адекватну моделям розвинутих країн Західної Європи і світу. Дуже важливі авторські пояснення причин, чому апробована у світовій практиці модель в умовах України поки що не забезпечує належного соціально-економічного ефекту. Ознайомившись з працями академіка, читач чітко з'ясує, які саме причини (соціальні, економічні, техніко-технологічні, політичні) не дозволяли реалізувати повною мірою виробничий потенціал українського села, а навпаки, завдали йому великої руйнівної шкоди.

Науково-організаційна діяльність академіка П.Т.Саблука припадає на 90-і роки ХХ століття - період реалізації його наукових розробок. Він є одним з авторів Земельного кодексу України, Законів України "Про селянське (фермерське) господарство", "Про форми власності на землю", "Про колективне сільськогосподарське підприємство" та ін.

Особливо плідною була його праця на посаді першого віце-прем'єр-міністра України і одночасно наукового директора Інституту аграрної економіки. За його поданням були прийняті доленосні укази Президента України "Про невідкладні заходи прискорення земельної реформи у сфері сільськогосподарського виробництва" (1994 р.) і "Про порядок паювання земель, переданих у колективну власність сільськогосподарським підприємствам і організаціям" (1995 р.). По суті ці укази Президента започаткували аграрну реформу на селі: проведено роздержавлення землі шляхом передачі її з державної у колективну власність, здійснено паювання земель колективної власності, головним принципом якого є передача у приватну власність землю тим, хто на ній працює.

Активну позицію у подальшому реформуванні аграрного сектору економіки країни

П.Т. Саблук займає і після роботи в Уряді на посаді директора Інституту. За його безпосередньою участю підготовлено проект Указу Президента України від 3 грудня 1999 р. "Про невідкладні заходи щодо прискорення реформування аграрного сектора економіки". Відповідно до цього Указу завершено реформування колективних сільськогосподарських підприємств і створення на їх базі нових господарських структур ринкового спрямування.

Етап наукової діяльності П.Т. Саблука спрямовується на відпрацювання стратегії розвитку агропромислового комплексу України у XXI столітті.

Наукові інтереси академіка концентруються на баченні перспектив розвитку агропромислового комплексу України і в наукових працях він розкриває своє бачення соціального, економічного і політичного розвитку аграрної економіки як основи національної продовольчої безпеки країни.

П. Т. Саблук відходить від концепції "незалежного" ціноутворення до регульованого державою, створення однакових правил гри для всіх галузей народногосподарського комплексу. Важливими є його передбачення організаційно-господарської структури сільського господарства на основі приватної власності на землю та інші основні засоби виробництва та різних формах організації праці. Важливим науковим наробком академіка є проблеми капіталу і фактора часу. В ринкових відносинах організаційно-правова структура, включаючи державу, повинна забезпечувати ефективне функціонування капіталу, яке має своє безпосереднє походження у швидкості обороту капіталу. Однак в сучасних наукових поглядах ці питання залишаються поза теорією росту ефективності сільськогосподарського виробництва. У своїх працях Саблук П. Т. вказує і на те, що в сучасних наукових публікаціях не приділяється належна увага виникненню, формуванню і подальшому розвитку товарного виробництва, розподілу праці, відносинам власності з глибоким аналізом економічних категорій і врахуванням вимог об'єктивних економічних законів.

У сучасних працях академік П.Т. Саблук акцентує увагу на пошуку нової парадигми економічної теорії стосовно агропромислової сфери. Автор переконливо доводить, що не можна формувати економічне мислення без глибокого дослідження різних течій і напрямів економічної думки. П.Т. Саблук без категоричності суджень викладає свій підхід до існуючих точок зору, але неодмінно з елементами критичного осмислення та чіткою позицією автора відносно оцінок соціально-економічних процесів, що відбуваються у реальному житті країни.

Наукові підходи й методи Петра Трохимовича, який по-особливому шанобливо ставиться до вченого звання професор (з латинської - учитель), втілюються у здобутки вихованців наукової школи П.Т. Саблука.

Як науковець, Петро Трохимович Саблук своїми науковими працями не тільки збагатив ключові напрями аграрної економічної науки, а й підніс її авторитет. З його участю втілюються у життя всі організаційно-економічні, соціальні та правові заходи щодо перетворень на селі.

Петро Трохимович як вихованець наукової школи Інституту аграрної економіки, зробив вагомий внесок у її зміцнення і розвиток, створив для навчання в аспірантурі й

докторантурі оптимальні умови, щоб кожний талановитий учений зміг проявити свої здібності. Петро Трохимович вчасно помічає талант серед науковців і допомагає своїм учням порадами, щиро й щедро віддає їм власний, потужний та широкомасштабний практичний досвід.

Пильну увагу приділяє Петро Трохимович широкому спектру економічних проблем, які вирішують його вихованці.

Він неодноразово наголошував на необхідності природного, взаємно вигідного зближення науки й виробництва з метою тісного і конструктивного їх збагачення. І тому з його легкої руки в науку активно йдуть спеціалісти сільськогосподарського виробництва, керівники АПК, відповідальні працівники виконавчих структур.

Наукові розробки, на думку академіка Саблука П. Т., не можуть завершуватися на етапі видачі рекомендацій, вони повинні активно впроваджуватись у виробництво.

Петро Трохимович Саблук завжди дбає про нові підходи до проблем економіки, конструктивні напрацювання і відкриття, які збагачують теорію і практику, сприяють зростанню аграрного виробництва в Україні¹.

Ми бажаємо вельмишановному Саблуку Петру Трохимовичу здоров'я та довгії літа!

P.S.

Радника дирекції Національного наукового центру «Інститут аграрної економіки», академіка НААН *Петра Саблука* зареєстровано *кандидатом у лауреати Нобелівської премії з економіки у 2016 році* за видатний внесок у глобальну теорію, методологію та організацію аграрної реформи. Вперше за часів незалежності Україна отримала реальний шанс здобути Нобелівську премію.

Рішення щодо реєстрації Петра Саблука кандидатом у лауреати Нобелівської премії з економіки було прийнято Комітетом Нобелівської премії в галузі економічних наук за рекомендацією Мохаммада Юнуса (Muhammad Yunus, Бангладеш), лауреата Нобелівської премії миру у 2006 році, йдеться у листі за підписом голови Комітету Нобелівської премії в галузі економічних наук, лауреата Нобелівської премії з економіки у 2001 році Джозефа Стігліта (Joseph Stiglitz, США).

*С. О. Гуткевич,
головний редактор журналу «Інтелект XXI»,
д.е.н., професор,
завідувач кафедри міжнародної економіки,
Національний університет харчових технологій
(докторант П. Т. Саблука)*

¹ Микитенко І. Наукова школа академіка УААН Петра Саблука / І. Микитенко, В. Пулім. – К.: ННЦ ІАЕ, 2008.

ІНТЕЛЕКТ ХХІ
НАУКОВИЙ ЖУРНАЛ

№ 3'2016

З М І С Т

I. СВІТОВА ЕКОНОМІКА ТА МІЖНАРОДНІ ВІДНОСИНИ

Єрмошенко А. М.

Ініціативи з гендерно-орієнтованого бюджетування у Швейцарії 14

Сафонов Ю. М.

Адаптація міжнародного досвіду при реалізації антикризової монетарної політики
України 20

II. НАЦІОНАЛЬНА ЕКОНОМІКА

Матвєєв В. В.

Нефінансова звітність як складова управління соціальною відповідальністю
підприємств виноробної галузі 27

Чайковська В. П.

Електронна комерція в Україні: сучасний стан та тенденції розвитку 38

III. ІНВЕСТИЦІЙНО-ІННОВАЦІЙНА ДІЯЛЬНІСТЬ

Вітряк Т. Б.

Методичні аспекти моделювання залежності рівня зайнятості від обсягів капітальних
інвестицій 49

Федулова І. В.

Дослідження структурних змін ефективності використання капіталу 57

Шевченко Ю. А.

Формування інвестиційної поведінки ТНК у глобальному середовищі 66

IV. БІЗНЕС ТА ІНТЕЛЕКТУАЛЬНИЙ КАПІТАЛ

Гуткевич С.О., Пунчак Л.А.

Модель управління якістю продукції 75

Осецький В. Л., Татомир І. Л.

Організаційні форми міжуніверситетської співпраці у структурі вищої освіти 91

ІНФОРМАЦІЯ

102

ИНТЕЛЛЕКТ XXI
НАУЧНЫЙ ЖУРНАЛ

№ 3 2016

СОДЕРЖАНИЕ

I. МИРОВАЯ ЭКОНОМИКА И МЕЖДУНАРОДНЫЕ ОТНОШЕНИЯ

Ермошенко А. Н.	
Инициативы по гендерно-ориентированному бюджетированию в Швейцарии	14
Сафонов Ю. Н.	
Адаптация международного опыта при реализации антикризисной монетарной политики Украины	20

II. НАЦИОНАЛЬНАЯ ЭКОНОМИКА

Матвеев В. В.	
Нефинансовая отчетность как составляющая управления социальной ответственностью компаний винодельческой отрасли	27
Чайковская В. П.	
Электронная коммерция в Украине: современное состояние и тенденции развития	38

III. ИНВЕСТИЦИОННО-ИННОВАЦИОННАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ

Витряк Т. Б.	
Методические аспекты моделирования зависимости уровня занятости от объема капитальных инвестиций	49
Федулова И. В.	
Исследование структурных изменений эффективности использования капитала	57
Шевченко Ю. А.	
Формирование инвестиционного поведения ТНК в условиях глобальной среды	66

IV. БИЗНЕС И ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНЫЙ КАПИТАЛ

Гуткевич С.А., Пунчак Л.А.	
Модель управления качеством продукции	75
Осецкий В.Л., Татомир И.Л.	
Организационные формы межуниверситетского сотрудничества в структуре высшего образования	91

ИНФОРМАЦИЯ

102

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

№ 3 2016

CONTENT

I. WORLD ECONOMY AND INTERNATIONAL RELATIONS

Yermoshenko A.

Gender responsive budgeting initiatives in Switzerland 14

Safonov Y.

Adaptation of international experience in implementing anti-crisis monetary policy of
Ukraine 20

II. NATIONAL ECONOMY

Matvieiev V.

The non-financial reporting as making managements of social responsibility of the
companies of wine industry 27

Chaykovska V.

E-commerce in Ukraine: current status and trends 38

III. INVESTMENT-INNOVATIVE ACTIVITY

Vitryak T.

Methodological aspects of modeling of employment rate dependence on amount of capital
investments 49

Fedulova I.

Research of structural changes in the effectiveness of application of capital 57

Shevchenko Y.

The creation MNC's investment behaviour in the global environment 66

IV. BUSINESS AND INTELLECTUAL CAPITAL

Gutkevych S., Punchak L.

Model of product quality management 75

Oseckiy V., Tatomur I.

Organizational forms of interuniversity collaboration are in structure of higher
education 91

INFORMATION

102

УДК 336.0

Yermoshenko A.,

*Doctor of economic sciences,**Kyiv National University of Trade and Economics, Kyiv***GENDER RESPONSIVE BUDGETING INITIATIVES IN SWITZERLAND**

The article presents experience of gender budgeting implementation canton of Basel-Stadt (Switzerland) in the sphere of unpaid labour. The Swiss Public Service Union's women members decided to commission a scientific study to analyse the impact of public expenditure and budget cuts on employment and determine the gender-specific impact of public budgets and budget items. Following a preliminary study by the Swiss Centre for Labour and Social Policy Issues, the Swiss Conference on Gender Equality commissioned a more comprehensive study. The authors examined the following issues: whether there is a way of measuring and determining whether men or women receive more public goods and services and how can the consequences of public spending cuts be determined and compared. The budget analysis revealed a very unequal distribution of public spending on men and women at various levels. During periods when the state was economising, the situation of women deteriorated further. In the years analysed, a very small proportion of federal, cantonal and communal public funds was spent on areas of employment with a high percentage of female labour.

Keywords: gender budgeting, gender analysis, gender equality, gender mainstreaming.

ІНІЦІАТИВИ З ГЕНДЕРНО-ОРІЄНТОВАНОГО БЮДЖЕТУВАННЯ У ШВЕЙЦАРІЇ

Єрмошенко А. М.

У статті представлено ініціативи з гендерно-орієнтованого бюджетування. Досвід впровадження гендерно-орієнтованого бюджетування показано на прикладі кантону міста Базель (Швейцарія). Гендерно-орієнтоване бюджетування розглянуто у сфері неоплачуваної праці. Надано пропозиції автора.

Ключові слова: гендерне бюджетування, гендерний аналіз, гендерна рівність, комплексний підхід до гендерної рівності.

ИНИЦИАТИВЫ ПО ГЕНДЕРНО-ОРИЕНТИРОВАННОМУ БЮДЖЕТИРОВАНИЮ В ШВЕЙЦАРИИ

Ермошенко А. Н.

В статье представлены инициативы по гендерно-ориентированному бюджетированию. Опыт внедрения гендерно-ориентированного бюджетирования

показан на примере кантона города Базель (Швейцария). Гендерно-ориентированное бюджетирование рассмотрено в сфере неоплачиваемого труда. Даны предложения автора.

Ключевые слова: гендерное бюджетирование, гендерный анализ, гендерное равенство, комплексный подход к гендерному равенству.

Problem statement. In March 1994, in the wake of measures to cut public spending in the 1990s, the Swiss Public Service Union's women members decided to commission a scientific study to analyse the impact of public expenditure and budget cuts on employment and determine the gender-specific impact of public budgets and budget items. Following a preliminary study by the Swiss Centre for Labour and Social Policy Issues (BASS), the Swiss Conference on Gender Equality commissioned a more comprehensive study. The authors examined the following issues: whether there is a way of measuring and determining whether men or women receive more public goods and services and how can the consequences of public spending cuts be determined and compared [5].

The budget analysis revealed a very unequal distribution of public spending on men and women at various levels. During periods when the state was economising, the situation of women deteriorated further. In the years analysed, a very small proportion of federal, cantonal and communal public funds was spent on areas of employment with a high percentage of female labour.

Analysis of the last researches and publications. The main practices and methods of gender budgeting including the peculiarities of gender analyses in the international perspective were investigated by D. Budlender [1, 2, 3], D. Elson [3, 4], G. Hewitt [3], J. Hunt [6], I. Klenge [7], T. Mukhopadhyay [3].

The object of the research is redistribution of unpaid labour between men and women and its impact on the social and economic indicators at the state level.

The goal of the article. The purpose is to present the findings of the gender analyses of unpaid labour distribution between men and women in canton of Basel-Stadt, Switzerland. The methods of the research are the abstract and comparative analyses.

The main results of the research. In the Canton of Basle-City (Basel-Stadt), the Women's Council, the Cantonal Gender Equality Office, the local section of the Swiss Public Service Union and different members of the cantonal Parliament have been promoting the idea of gender-responsive budgeting initiatives since 1997. However, it was only in 2000 that the Cantonal Parliament decided to launch a gender-responsive budgeting (GRB) project aimed at adapting and fine-tuning the analytic tools of the Swiss Centre for Labour and Social Policy Issues - the method of gender-disaggregated public expenditure impact analysis. The project resulted with the publishing of the Basle GRB Study.

Among other issues, the Basle GRB Study analyzed in detail the impact of public expenditure on women's and men's unpaid labour. Most experts working on gender budgeting, gender relations and economics agree that unpaid labor and especially the paid and unpaid care economy need to come forth in analyses if we want to fully reveal the gender dimensions of state budgets.

Unpaid labour (or unpaid work) can be defined to comprise all productive activities outside the official labour market done by individuals for their own households or for others. These activities are productive in the sense that they use scarce resources to satisfy human needs. Housework, care for children and for sick and old people, voluntary community work or work in political or societal organizations, subsistence agriculture, help in family businesses, building the family house, maintenance work could be adhered to the term of unpaid labour [8, 10].

Table 1. Unpaid labour by residents of Basel-Stadt (age 15 plus) in 2000 in CHF* millions

Type of unpaid labour	Men and women		Women		Men	
	Million hours	Value in CHF m	Million hours	Value in CHF m	Million hours	Value in CHF m
Preparing meals	44.5	1 144.5	31.9	820.7	12.6	323.7
Cleaning the house	28.0	709.6	20.4	515.6	7.7	194.0
Pets, plants, garden	22.0	494.3	12.3	277.3	9.6	217.0
Shopping	21.0	548.0	12.6	329.0	8.4	219.0
Washing the dishes	19.0	448.3	12.6	298.4	6.4	149.9
Helping children with homework, playing with them	18.5	680.8	11.0	407.6	7.4	273.2
Laundry, ironing	12.4	297.3	10.2	243.5	2.3	53.9
Administrative tasks	8.9	330.7	4.0	149.1	4.9	181.6
Handicrafts	8.4	265.8	4.6	144.2	3.8	121.6
Volunteer activities in organizations	7.2	295.4	2.6	99.5	4.6	195.9
Informal unpaid work (helping out neighbours etc)	7.0	224.0	4.5	145.1	2.5	78.8
Feeding and bathing babies	5.5	169.5	4.4	137.5	1.0	32.1
Accompanying children	1.6	58.4	1.0	37.9	0.6	20.5
Care-giving to dependents in the household	0.4	13.3	0.3	8.2	0.2	5.0
Total unpaid labour	204.4	5 679.9	132.6	3 613.7	71.9	2 063.3

Source: Gender-responsive budget analysis in the Canton of Basel-Stadt, 2008

* Swiss franc

An unpaid labour in Basel-Stadt was factored into the welfare economy and its economic importance was determined. The results showed that, in 2000, men and women worked more unpaid hours than paid (204.4 versus 173.3 million hours). Preparing meals and related tasks such as setting the table and washing dishes represent by far the main activity of inhabitants of the canton of Basel-Stadt (see tables 1 and 2).

The 63.5 million hours spent on such activities are slightly more than the hours worked by the population of Basel-Stadt in the manufacturing industry, commerce, trade and the construction sector.

Overall, the examination of the Table 1 highlights two facts:

- preparing meals is the most time-consuming task performed by women and men; together with the related tasks of setting the table and washing the dishes, it is by far the leading activity. Residents of Basel-Stadt spend roughly as much time washing and ironing as they do working in the public administration.

- the table also shows that men and women perform very different unpaid tasks. Tasks to which men devote much less time than women include preparing meals, cleaning/tidying up, washing the dishes/setting the table, washing/ironing, feeding or bathing the children, accompanying and transporting children, and what are referred to as “informal” unpaid tasks (assistance provided to relatives and acquaintances in the form of childcare, looking after adults in need of care, and other services).

Table 2 summarises findings of Table 1 and differentiates between housework, care-giving in the household (looking after children and adults in need of care) and helping out in relatives' and acquaintances' households, as well as volunteer activities.

Table 2. Unpaid labour by residents of Basel-Stadt with and without children below age 15 in 2000 (hours per year and per working person)

Persons with/without children and type of unpaid labour	Men and women, total	Women	Men
<i>With children below 15</i>			
Housework	1 184	1 738	582
Care-giving	719	901	522
Total	1 903	2639	1103
<i>Without children below 15</i>			
Housework	959	1 130	761
Care-giving	316	371	254
Total	992	1167	788
<i>Persons with children versus persons without children (100%)</i>			
Housework	123.4	153.8	76.4
Total	191.9	226.1	140.1

Source: Gender-responsive budget analysis in the Canton of Basel-Stadt, 2008

As could be seen from Table 2, more than half the time devoted to care-giving by men and women in Basel-Stadt in their own home is therefore accounted for by a minority of women with children (under 15) who make up less than 10% of this population group. The value of this care-giving work in 2000 corresponded to around CHF 500 million.

Conclusions. As the result of analyses demonstrated, in 2000 in Basel-Stadt men and women devoted more hours to unpaid labour than to paid labour. The burden of work was particularly heavy on women with children below 15. They provided over half the care for children and adults in need of care, yet they made up only one tenth of the population above age 15. The burden of unpaid labour on this segment of the population was in all likelihood an important reason why they were disadvantaged in the context of gainful employment.

A more extensive comparison with the overall economy of the canton shaded further light on the amount of unpaid work and the asymmetrical distribution between men and women: the gross domestic product for Basel-Stadt would be some 33% higher if the monetary value of unpaid labour were included.

Based on the results of the Basle GRB Study, in July 2005 the Government of the Canton of Basle-City decided to extend the gender-specific public expenditure analysis project and to:

- update the public expenditure incidence analysis on a yearly basis, and update every four years the statistics related to the users of public services;
- develop methods for presenting changes over time;
- further analyze specific sectors and, for this purpose, develop indicators with the help of external experts.

1. *Budlender D. Why should we care about unpaid carework / D. Budlender. – UNIFEM Southern African Region Office, 2002.*

2. *Budlender D. Expectations versus Realities in Gender-responsive Budget Initiatives [Electronic resource] / D. Budlender. – Mode of access: http://www.gender-budgets.org/uploads/user-S/11281073931Debbie_Budlender-Expectations_vs._Realities_in_GRB_Initiatives.pdf*

3. *Budlender D. Gender Budgets Make Cents. Understanding gender responsive budgets / D. Budlender, D. Elson, G. Hewitt, T. Mukhopadhyay. – London: Commonwealth Secretariat, 2002.*

4. *Elson D. Feminist Economics Challenges Mainstream Economics / D. Elson // Newsletter of the International Association for Feminist Economics. – 2004. – Vol.14. – No. 3.*

5. *Gender-responsive budget analysis in the Canton of Basel-Stadt, Switzerland, 2008: Office for Gender Equality of the Canton of Basel-Stadt, Statistical Office of the Canton of Basel-Stadt, Women's Council of the Canton of Basel-Stadt [Electronic resource]. – Mode of access: <http://www.frauenrat-bs.ch/genderbudget/>.*

6. *Hunt J. Introduction to gender analysis concepts and steps / J. Hunt // Development Bulletin. – 2004. – N 64.*
7. *Klunge I. Gendered Innovations, How Gender Analysis Contributes to Research [Electronic resource] / I. Klunge // European Commission publication, Directorate for General for Research & Innovation, 2013. – Mode of access: http://ec.europa.eu/research/science-society/document_library/pdf_06/gendered_innovations.pdf.*
8. *Paid and unpaid work [Electronic resource] // European Union of Supported Employment Position Paper, 2009. – Mode of access: <http://www.unie-pz.cz/files/files/knihovna/paid-unpaid-work.pdf>.*
9. *Sharp R. Budgeting for Equality: The Australian Experience / R. Sharp, R. Broomhill // Feminist Economics. – 2002. – Vol. 8. – N 1.*
10. *Swiebel J. Unpaid Work and Policy-Making Towards a Broader Perspective of Work and Employment [Electronic resource] / J. Swiebel // DESA Discussion Paper. 1999. – N 4. – Mode of access: <http://www.un.org/esa/desa/papers/1999/esa99dp4.pdf>*

Стаття надійшла до редколегії 24.05.2016 р.

УДК 38.42.13.9

Сафонов Ю. М.,

д.е.н., професор, начальник відділу,
Міністерство освіти і науки України, м. Київ

АДАПТАЦІЯ МІЖНАРОДНОГО ДОСВІДУ ПРИ РЕАЛІЗАЦІЇ АНТИКРИЗОВОЇ МОНЕТАРНОЇ ПОЛІТИКИ УКРАЇНИ

У статті дан аналіз механізмів здійснення монетарної політики зарубіжними країнами, акцентується увага на такі країни: Польща, Великобританія, Нова Зеландія. Визначаються особливості монетарної політики зазначених країн у контексті можливості їх інтерпретації в українських реаліях.

Ключові слова: грошова система, монетарна політика, механізм, інфляція, таргетування

АДАПТАЦИЯ МЕЖДУНАРОДНОГО ОПЫТА ПРИ РЕАЛИЗАЦИИ АНТИКРИЗИСНОЙ МОНЕТАРНОЙ ПОЛИТИКИ УКРАИНЫ

Сафонов Ю. Н.

В статье дан анализ механизмов осуществления монетарной политики зарубежными странами, акцентируется внимание на такие страны: Польша, Великобритания, Новая Зеландия. Определяются особенности монетарной политики указанных стран в контексте возможности их интерпретации в украинских реалиях.

Ключевые слова: денежная система, монетарная политика, механизм, инфляция, таргетирование

ADAPTATION OF INTERNATIONAL EXPERIENCE IN IMPLEMENTING ANTI- CRISIS MONETARY POLICY OF UKRAINE

Safonov Y.

The mechanisms of monetary policy of such foreign countries as Poland, Great Britain and New Zealand are analyzed in the article. The features of monetary policy of these countries are also determined in a context of possibility of their interpretation in Ukrainian realities. The monetary policy in Ukraine dynamically develops. During this development there are various problems and difficulties which arose in other countries. According to it it is possible to claim that the NBU can carry out monetary policy how carried out its other countries which achieved success and provided opportunity for effective development of all economy through high-quality

realization of monetary policy. Therefore it is necessary to estimate experience of these countries and to define features which would be expedient to be used for Ukraine.

Keywords: penny system, monetary policy, mechanism, inflation, targeting

Постановка проблеми. Монетарна політика в Україні динамічно розвивається, в ході цього розвитку виникають різні проблеми та труднощі, які свого часу виникали в інших країнах. Відповідно до цього можна стверджувати, що НБУ може здійснювати монетарну політику відповідно до того, як здійснювали її інші країни, які досягли успіху і забезпечили можливість для ефективного розвитку всієї економіки через якісну реалізацію монетарної політики. Тому варто оцінити досвід цих країн та визначити особливості, які було б доцільно використати для України.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Проблемам необхідності модернізації механізму монетарної політики України присвячена значна кількість наукових праць, серед яких акцентуємо на працях В. Стельмаха, О. Костюка, Л. Кривенка [1]. Але все ж маючи значні досягнення щодо зазначеної проблеми, використання зарубіжного досвіду для більш ефективної трансформації механізму монетарної політики приділяється недостатня увага.

Мета статті. Аналіз позитивного зарубіжного досвіду здійснення монетарного регулювання із подальшою трансформацією можливого використання Україною.

Основні результати дослідження. Монетарна політика світу розвивалась протягом значного часу, у той же час Україна — молода держава, у якій досьогодні проходить процес формування монетарної політики, для того щоб підвищити ефективність механізму монетарної політики України доцільно вивчати та запроваджувати зарубіжний досвід інших країн, які пройшли через проблеми, з якими зіткнулась Україна. Наразі Національний банк України став на шлях запровадження в країні режиму інфляційного таргетування. Аналізуючи досвід зарубіжних країн щодо режиму монетарної політики, зазначимо, що Польща має тісні зв'язки з нашою державою, межує з Україною, при цьому є схожі тенденції і в монетарній політиці: Польща здійснювала монетарну політику на основі валютного таргетування, після чого, починаючи з 1999 року, поступово обрала курс на встановлення режиму інфляційного таргетування і остаточно перейшла на нього лише у 2004 році. Таке рішення було прийняте через неможливість контролювати інфляцію через валютний курс чи монетарні агрегати.

Важливим етапом у розвитку монетарної політики у Польщі є створення спеціального комітету при НБП (Narodowy Bank Polski), який має назву Monetary Policy Council. Зазначений комітет здійснює дослідження у сфері монетарної політики, звітує перед сеймом, а також встановлює норми для усіх інструментів монетарної політики та здійснює їх регулювання [9].

НБУ також має у своїй структурі департамент, який займається монетарною політикою, при цьому він позбавлений можливості самостійно встановлювати нормативи щодо реалізації монетарної політики і здійснює переважно аналітичну роботу. Для покращення ефективності здійснення грошово-кредитної політики доцільно з часом реструктуризувати його відповідно до вигляду, який має місце у Польщі.

У ході цього переходу НБП розробив відповідні заходи щодо переходу жорсткої «прив'язки» валюти до керованого плаваючого курсу. Дана дія була проведена з метою зниження необхідності проведення значних інтервенцій центральним банком для досягнення курсової стабільності. При цьому «вільно плаваючий курс» не було затверджено, адже разом зі вступом до ЄС, Польща має намір долучитися до Єврозони. Для досягнення зазначеного, Національний Банк Польщі повинен підтримувати ринковий курс злотого до євро у дозволеніх рамках встановленого центрального паритету.

При цьому, з огляду на зазначене грошово-кредитна система Польщі є достатньо молодю, для реалізації монетарної політики Національним банком Польщі застосовуються різні інструменти монетарної політики, основними з яких є:

- обов'язкові резерви;
- операції на відкритих ринках;
- кредитно-депозитні операції [7].

Серед цих інструментів, Польща має ряд особливостей, впровадження яких може бути корисним для України. Так, Польща регулює банківську систему за рахунок впровадження обов'язкових резервів. При внесенні коштів на рахунок Національного банку Польщі, на резервні кошти нараховується відсоток, який становить близько 90 % від облікової ставки. Тобто хоч ці кошти і вилучаються у банків і дещо погіршують їхнє фінансове положення, проте мають і пом'якшуючий ефект, який допомагає підтримувати ліквідність банків [1].

Даний інструмент в Україні також представлений, проте відсотки за резерви не нараховуються. У перспективі можливе введення платних обов'язкових резервів, що надасть можливість зменшити тиск на банківську систему.

Крім того, у Польщі існує можливість вкладу депозитів овернайт у НБП, що дає комерційним банкам в кінці кожного операційного дня вкладати надлишкові кошти в центральний банк за мінімальною ставкою, що стимулює розвиток міжбанківських відносин. Крім того, за рахунок використання такого інструмента, з'являється можливість вилучення надлишкової ліквідності, що допомагає здійснювати більш прозору діяльність на відкритому ринку, уникнути спекуляцій [4].

Нова Зеландія — країна, яка першою в світі розпочала використовувати режим таргетування інфляції у 1989 році. Впровадження режиму дало позитивний результат, внаслідок чого інфляція в країні була не шкідливою для економіки, забезпечуючи стабільне

функціонування усіх галузей держави Після позитивної динаміки досвід Нової Зеландії, щодо інфляційного таргетування використовується у понад 30 країн світу.

У ході реалізації монетарної політики Резервний Банк Нової Зеландії використовує лише таргет інфляції, встановлюючи допустиме значення ІСЦ, станом на 2015 рік цей показник повинен знаходитись у межах від 1 до 3 % [8].

Визначення таргету в такому вигляді не є поширеним через те, що вираження його у вигляді діапазону без визначення середнього може призвести до зростання невпевненості стосовно можливостей банку регулювати інфляцію і зрештою збільшити тиск на банк зі сторони Уряду та інших економічних суб'єктів. У подальшому це може призвести до додаткових втрат в економіці, падіння довіри до банку у суспільства тощо.

Враховуючи ситуацію в країні та вкрай недовірливе ставлення населення до банківської системи та діяльності НБУ запровадження такого таргету в Україні є недоцільним.

Для якісної реалізації монетарної політики, Резервний банк Нової Зеландії видає щоквартальний документ, у якому аргументовано повідомляє про свої дії стосовно монетарної політики, це свідчить про підвищення інформованості всіх органів та населення у цілому, крім того робить монетарну політику простішою для контролю зі сторони уряду, що також є позитивним моментом [5].

Для України варто зробити щоквартальні положення (звіти) стосовно монетарної політики «Основних засад». Це буде більш прозоро і відкрито.

При розгляді особливостей монетарної політики Нової Зеландії слід зауважити, що країна є високорозвиненою в економічному плані, має низький рівень корупції та доволі прогресивний банківський сектор. За цих умов Резервний Банк Нової Зеландії використовує лише один інструмент монетарної політики для досягнення своїх цілей, а саме: здійснює процентну політику.

Банк змінює ставку OCR, яка відповідно, впливає на всю економіку країни подібно до ключових ставок в інших країнах. При цьому, Резервним Банком Нової Зеландії було доведено, що зміна ставки приносить повний результат зі значним лагом, який триває до двох років [3].

Щодо цього кроку, стосовно України, то на сьогоднішній день запроваджувати лише один інструмент монетарної політики, відмовившись від інших буде недоцільно, проте у разі подолання корупції і подальшого розвитку банківського сектору, разом із досягненням достатньої ліквідності можливий вихід відсоткової ставки на перший план, проте дана дія буде доцільною лише після вирівнювання економічної ситуації та досягнення позитивної динаміки в економіці, стабілізації інфляції тощо.

Монетарна політика Нової Зеландії є ефективною і сьогодні, проте через те, що довгий час відсоткові ставки є досить високими, у країні різко збільшується зовнішній борг, валюта

є переоціненою, наявний значний дефіцит поточного рахунку. Зазначені факти з часом можуть призвести до погіршення економічної ситуації в країні. Із досвіду Нової Зеландії можна підсумувати, що хоча високі ставки і приносять додаткові кошти з-за кордону та допомагають втримати валюту та інфляцію, проте довгострокове встановлення ставок на високому рівні може принести негативні явища, які є невідчутними у коротко чи середньостроковій перспективі, проте можуть значно зашкодити розвитку економіки в майбутньому.

Монетарна політика Великої Британії ґрунтується на основі інфляційного таргетування, однак має ряд особливостей, які не використовують більшість країн, що дотримуються того ж монетарного режиму.

Монетарну політику Великобританії здійснює Банк Англії (Bank of England), важливим аспектом його діяльності є повна самостійність у здійсненні монетарної політики, що є вагомим чинником у досягненні макроекономічної стабільності країни. Діяльність Банку Англії підпорядковується Уряду. У разі невиконання завдань, поставлених перед Банком, голова повинен звітувати міністру фінансів, у звіті крім причин, які призвели до негативних наслідків мають бути вказані шляхи вирішення проблеми та дії, які здійснює Банк для вирішення проблеми [6].

Україні варто перейняти систему звітності у Великобританії, адже комунікація між державними органами є необхідною і нестача її може призвести до додаткових втрат для економіки та громадян.

Важливою особливістю монетарної політики Об'єднаного Королівства є те, що показник інфляції є не єдиним, за який відповідає політика, вона також має на меті забезпечити ріст економіки та зайнятості [2].

Основною ціллю залишається забезпечення низького рівня інфляції, допустимий рівень якої встановлюється урядом країни. На відміну від інших країн, Велика Британія ставить чіткий таргет інфляції, який дорівнює 2 %. При цьому будь-які відхилення є небажаним [10].

Встановлення жорсткого таргету ідентифікації інфляції є позитивним орієнтиром для економіки відносно перспектив, які постають перед ними, що позитивно впливає на очікування всіх економічних суб'єктів. Така ідентифікація наразі є неприйнятною для введення в Україні, але після подолання високої інфляції та укріплення економіки можливий перехід саме на жорстку прив'язку.

Як і Резервний Банк Нової Зеландії, у Британії монетарна політика здійснюється за рахунок процентної політики. При цьому варто зазначити, що у 2013 році Банк Королівства ввів обмеження на зміну відсоткової ставки, встановивши її на рівні 0,5 %, це було здійснено до того часу, поки не буде досягнуто рівень безробіття менше за 7 %.

Цей хід дозволив пришвидшити темпи зростання економіки та зменшити рівень безробіття до встановлених 7 %. Запровадження такого заходу було доволі ризикованим, адже це могло спровокувати ріст інфляції та девальвувати валюту, проте Банк втримав ситуацію і досяг своїх цілей. Якщо трансформувати досвід використання наднизьких процентних ставок на українські реалії, то стає зрозумілим, що такий хід буде просто неможливим через низьку надійність валюти, довіру населення до НБУ, банківської системи в цілому, нестабільну політичну ситуацію в країні.

З вищезазначеного Україні варто проводити наступні дії:

- здійснювати поступову реструктуризацію в НБУ, створивши департамент, який зможе самостійно реалізовувати рішення стосовно монетарної політики, при цьому модернізувавши систему підзвітності для досягнення кращої комунікації між органами державного управління;

- внести зміни у процес використання інструменту обов'язкових резервів, запровадивши сплачуваність цих резервів, що може позитивно позначитись на рівні ліквідності банківської системи;

- ввести можливість вкладення овернайт депозитів на рахунок НБУ для зменшення можливості спекуляцій з використанням надлишкової ліквідності банків та поступово розвивати міжбанківські відносини;

- у ході впровадження режиму інфляційного таргетування, після подолання високого рівня інфляції, поступово перейти до політики жорсткої інтерпретації таргета інфляції, що дозволить суб'єктам економіки краще окреслювати свої перспективи та покращити очікування (можливо лише за умови досягнення таких цілей).

- при впровадженні інфляційного таргетування, не орієнтуватись лише на необхідний рівень інфляції, але й намагатись забезпечувати гармонійний розвиток економіки та знижувати рівень безробіття;

- у віддаленій перспективі надати перевагу такому інструменту монетарної політики, як процентна політика, як найдієвішому із наявних в розпорядженні банку інструментів. Проте така дія можлива лише після подолання корупції і подальшого розвитку банківського сектору, разом із досягненням достатньої ліквідності.

Висновок. Враховуючи світовий досвід реалізації монетарної політики, можна зробити висновок, що монетарна політика в Україні потребує поступового оновлення. Моментальне запровадження змін, відповідно до того, як здійснюється монетарна інших країн не принесе значних результатів і може лише погіршити ситуацію в країні, при цьому іноземним досвідом не можна нехтувати, адже орієнтація на нього дозволить більш ефективно проводити монетарну політику в нашій країні та досягти успіхів значно швидше.

1. *Монетарна політика Національного банку України: сучасний стан та перспективи змін* / Стельмах В.С.[та ін.]. — К.: Центр наукових досліджень НБУ, 2009.
2. *Bank of England Act* [Електронний ресурс] / Bank of England, 1998. — Режим доступу: http://www.legislation.gov.uk/ukpga/1998/11/pdfs/ukpga_19980011_en.pdf
3. *Explaining New Zealand's Monetary Policy*, [Електронний ресурс] / Reserve Bank of New Zealand, 2009. — Режим доступу: http://www.rbnz.govt.nz/research_and_publications/fact_sheets_and_guides/3064172.pdf
4. *Monetary Policy* [Електронний ресурс] / Narodowy Bank Polski, 2015. — Режим доступу: http://www.nbp.pl/homen.aspx?f=/en/onbp/polityka_pieniezna.html
5. *Monetary policy accountability and monitoring* [електронний ресурс] / Reserve Bank of New Zealand. — Режим доступу: http://www.rbnz.govt.nz/monetary_policy/about_monetary_policy/2851362.pdf
6. *Monetary Policy Committee* [Електронний ресурс] / Bank of England. — Режим доступу: <http://www.bankofengland.co.uk/monetarypolicy/Pages/overview.aspx>
7. *Monetary Policy Instruments* [Електронний ресурс]/ Narodowy Bank Polski, 2015. — Режим доступу: http://www.nbp.pl/homen.aspx?f=/en/onbp/informacje/polityka_pieniezna.html
8. *Monetary Policy Statement* [Електронний ресурс] / Reserve Bank of New Zealand, 2009. — Режим доступу: http://www.rbnz.govt.nz/monetary_policy/monetary_policy_statement/2015/mpsmar15.pdf
9. *The Act on the National Bank of Poland* [Електронний ресурс] / Journal of Laws, 2013. — Режим доступу: https://www.nbp.pl/en/aktyprawne/the_act_on_the_nbp.pdf
10. *Monetary Policy Framework* [Електронний ресурс] / Bank of England. — Режим доступу: <http://www.bankofengland.co.uk/monetarypolicy/Pages/framework/framework.aspx>

Стаття надійшла до редколегії 25.05.2016 р.

УДК 336.02

Матвеев В. В.,*асистент, кафедра менеджменту**та адміністрування,**Національний університет харчових технологій, м. Київ*

НЕФІНАНСОВА ЗВІТНІСТЬ ЯК СКЛАДОВА УПРАВЛІННЯ СОЦІАЛЬНОЮ ВІДПОВІДАЛЬНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВ ВИНОРОБНОЇ ГАЛУЗІ

У статті обґрунтовано необхідність формування нефінансового звіту підприємства для можливості ефективного функціонування на світовому ринку, залучення інвесторів тощо. Доведено, що нефінансова звітність є невід'ємним етапом впровадження концепції корпоративної соціальної відповідальності (КСВ) в діяльність підприємств виноробної галузі. Розглянуто основні міжнародні стандарти нефінансової звітності. Розкрито основні етапи формування нефінансової звітності. Обґрунтовано доцільність приєднання підприємств виноробної галузі до світової системи формування нефінансової звітності за стандартом G4.

Ключові слова: нефінансовий звіт, потенціал, стандарти, стейкхолдери, стратегія, управління

НЕФИНАНСОВАЯ ОТЧЕТНОСТЬ КАК СОСТАВЛЯЮЩАЯ УПРАВЛЕНИЯ СОЦИАЛЬНОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТЬЮ КОМПАНИЙ ВИНОДЕЛЬЧЕСКОЙ ОТРАСЛИ

Матвеев В. В.

В статье обоснована необходимость формирования нефинансового отчета предприятия для возможности эффективного функционирования на мировом рынке, привлечения инвесторов. Доказано, что нефинансовая отчетность является неотъемлемым этапом внедрения концепции корпоративной социальной ответственности (КСО) в деятельность предприятий винодельческой отрасли. Рассмотрены основные международные стандарты нефинансовой отчетности. Раскрыты основные этапы формирования нефинансовой отчетности. Обоснована целесообразность присоединения предприятий винодельческой отрасли к мировой системе формирования нефинансовой отчетности по стандарту G4.

Ключевые слова: нефинансовый отчет, потенциал, стандарты, стейкхолдеры, стратегия, управление

THE NON-FINANCIAL REPORTING AS MAKING MANAGERIAL DECISIONS OF SOCIAL RESPONSIBILITY OF THE COMPANIES OF WINE INDUSTRY

Matvieiev V.

For domestic enterprises corporate social responsibility, especially as part of a larger phenomenon - sustainable development, often perceived as a foreign oddity. Even large companies often treated as synonymous with charity. But overseas enterprises are more accustomed to the fact that corporate social responsibility is an integral part of doing business, and the lack of attention to society and the environment threatens the loss of capital value. The study aims to provide practical advice for preparing non-financial statements wine industry. In this article need of formation of the non-financial report of the enterprise for possibility of effective functioning in the world market, involvement of investors is proved. It is proved that the non-financial reporting is an essential step in the introduction of the concept of corporate social responsibility (CSR) activities in the wine industry enterprises. The main international standards of the non-financial reporting are considered. The main stages of formation of the non-financial reporting are shown. Expediency of accession of the enterprises of wine industry to world system of formation of the non-financial reporting under the G4 standard is proved.

Keywords: non-financial report, potential, standards, stakeholders, strategy, management

Постановка проблеми. Для вітчизняних підприємств корпоративна соціальна відповідальність (КСВ), особливо як складова більш масштабного явища – стійкого розвитку (sustainable development), до цих пір нерідко сприймається як закордонна дивина і навіть великими компаніями найчастіше трактується як синонім благодійності. Але за кордоном підприємства більшою мірою звикли вже до того, що КСВ – невід’ємна частина ведення бізнесу, а неухвага до суспільства та навколишнього середовища загрожує втратою вартості капіталу.

Згідно з дослідженням, проведене нью-йоркською консалтинговою компанією Reputation Institute, 73% з опитаних 55 тис. споживачів в 15 країнах на чотирьох континентах світу готові рекомендувати продукцію підприємств, що мають високий рівень КСВ, лише 17% споживачів порадять купити продукцію, якщо якість КСВ її виробника залишає бажати кращого; при проведенні IPO хороша репутація, запорукою якої є КСВ, збільшує капіталізацію компанії на п'яту частину. Підрахунки бостонської дослідницької компанії KLD (тепер – MSCI), показали що у соціально активних компаній зростання продажів вище на 3%, активів – на 4%, а капіталу – на 10% в порівнянні зі структурами, які не виявляють себе у сфері КСВ [10].

Дослідження соціально відповідальної діяльності підприємств виноробної галузі показав, що вони втілюючи заходи із надання благодійної допомоги, збереження довкілля,

беруть участь у розв'язанні проблем регіонів, на території яких знаходяться, тобто, насправді роблять значний поступ у напрямку до здобуття статусу соціально відповідальних підприємств. Однак, відсутність нефінансового звіту практично зводить зусилля підприємств у сфері соціальної відповідальності нанівець. Досвід таких міжнародних алкогольних компаній, які є лідерами із соціальної відповідальності, як Diageo, LVMH, Rémy Cointreau, Henkell&Co. Gruppe, Campari Gruppo, доводить необхідність формування та поширення нефінансових звітів.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Вивченням нефінансової звітності займалися як зарубіжні, так і вітчизняні дослідники, а саме: Ю. Байрактар [1], І. Васильчук [2], В. Воробей, І. Журавська [3], В. Льченко [4], В. Краєвська, Р. Мацьків [6], Г. Москалюк [7], К. Самсонова, В. Буряк та інші. Попри значні наукові напрацювання, з нашої точки зору, доцільно розробити додаткові рекомендації щодо практичного застосування інструментів нефінансової звітності на підприємствах виноробної галузі.

Метою статті є вивчення та надання практичних рекомендацій для підготовки нефінансової звітності підприємствами виноробної галузі.

Основні результати дослідження. Спеціальний консультант KPMG з питань зміни клімату та сталого розвитку Іво де Бур вважає, що важливим інструментом стратегічного управління підприємством є – або повинна бути – звітність по корпоративній відповідальності (CR). Звітність по CR необхідна, щоб переконати інвесторів, що у вашої організації є майбутнє за межами наступного кварталу або наступного року [10]. За даними опитування проведеного компанією KPMG серед 4100 найбільших компаній в 41 країнах світу в 2013 р, 71% компаній вже випускають звіти по CR, у 2011-му таких було 64%. Серед 250 найбільших в світі підприємств поширеність CR-звітів ще вище – 93%. При цьому свою звітність організації називають по-різному: 43% компаній – по стійкості (sustainability), 25% – з КСВ (CSR), 14% – з корпоративної відповідальності (CR), 6% – з питань сталого розвитку (SD) і т.д.

На основі проведеного аналізу визначено вигоди, які отримує підприємство, формуючи та оприлюднюючи нефінансову звітність, представлені в табл. 1.

Важливо, що вигоди від нефінансової звітності нерозривно пов'язані із вигодами, які отримує підприємство загалом від реалізації концепції соціальної відповідальності, оскільки саме формування та поширення звіту є одним із найважливіших етапів управління соціальною відповідальністю підприємства. Відповідно, додаткові вигоди від формування та поширення звіту забезпечують якість всього процесу управління соціальною відповідальністю підприємства.

Рівень усвідомлення ризиків, пов'язаних із нефінансовою звітністю, безпосередньо впливає на формат звітності та її період. У свою чергу це залежить від того наскільки зрілою

Таблиця 1. Вигоди та ризики підприємства при складанні соціальної (нефінансової) звітності

Формулювання	Характеристика
Вигоди	
Допомагає компанії розбудувати процес управління соціально відповідальним бізнесом	Під час підготовки звіту компанія отримує можливість проаналізувати власну стратегію, провести об'єктивну оцінку нефінансових ризиків, залучити менеджерів, відповідальних за функціональні напрямки, до визначення ролі та оцінки впливу компанії на суспільство. За вмілого використання здатне стати інструментом стратегічного планування діяльності компанії.
Будує довіру до компанії з боку різних груп впливу	Для працівників компанії соціальна звітність є значним стимулом і доказом статусності роботи, роз'яснюючи соціальну вагу їхньої роботи. Звітність також допомагає компанії у розбудові іміджу відповідального роботодавця, зокрема серед молодих спеціалістів. Неурядові організації, бізнес-партнери, державні органи, споживачі певною мірою також формують своє ставлення до компанії з врахуванням наявності та змісту нефінансової звітності. Нефінансова звітність може опосередковано сприяти створенню партнерств, зокрема міжсекторних. Наявність нефінансової звітності підвищує шанси компанії стати партнером значущих інституцій, зокрема міжнародних.
Підвищує прозорість компанії	Наявність нефінансової звітності поряд із фінансовою дозволяє зацікавленим особам отримувати інформацію про соціальні та екологічні аспекти діяльності компанії в комплексі з інформацією про економічні результати. Це дозволяє ефективно оцінювати ризики бізнесу (зокрема довгострокові), що стає важливим фактором оцінки діяльності компанії з боку акціонерів, інвесторів та кредиторів. Наявність нефінансової звітності за певних умов може дозволити збільшити капіталізацію компанії, зменшити вартість фінансового ресурсу або продовжити термін залучення фінансових ресурсів.
Звіттування підвищує готовність компанії до роботи на інших ринках	Наявність нефінансової звітності у компанії, зокрема з українським капіталом, є сигналом про її зрілість, що у багатьох випадках стає у нагоді під час виходу на ринки інших країн. Розробка та впровадження бізнес-процесу нефінансового звітування дозволяє компанії бути організаційно спроможною до роботи на ринках, де питання соціальної відповідальності бізнесу можуть мати більше значення, ніж в Україні. Зокрема в деяких країнах ЄС нефінансова звітність є обов'язковою (Франція, Данія та ін.), а групи впливу (неурядові організації, інвестори, ЗМІ) активно відслідковують нефінансові аспекти діяльності компанії. Також компанії, які звітують щодо нефінансових аспектів діяльності, отримують переваги під час процедур державних закупівель та/або впровадженні державних програм і проектів. А отже, для них нефінансова звітність є істотним фактором конкуренції.
Зміцнює ділові відносини та сприяє розширенню ринків	Ефективна комунікація з бізнес-партнерами дозволяє компанії отримати репутаційні вигоди як прозорої і відкритої до співпраці через встановлення чітких вимог до контрагентів та відкритості щодо принципів своєї роботи. Міжнародні компанії все активніше виставляють вимоги щодо соціальних та екологічних аспектів діяльності своїх постачальників. Наявність нефінансової звітності дозволяє українським компаніям зберегти та розширити бізнес з транснаціональними компаніями та вийти на ринки, де СВБ є фактором конкурентної боротьби (високі вимоги від споживачів) і які, як правило, мають вищу рентабельність.

Продовження табл. 1

Ризики	
Можлива критика	Нефінансова звітність готується для діалогу із освіченою аудиторією, яка вимагає як позитивну, так і негативну інформацію про діяльність компанії. Готуючи звіт, компанія має бути готовою до вимог від груп впливу надати інформацію про негативні аспекти діяльності. Компанія повинна вміти сприймати конструктивну критику і ефективно впроваджувати зворотний зв'язок у систему ухвалення рішень. Нефінансова звітність не є виключно додатковим інструментом корпоративного PR – подібне сприйняття наражає компанію на критику від значної кількості фахівців, учасників ринку СББ, особливо на міжнародному рівні.
Дилетантизм і невігластво	Коло осіб, зацікавлених у розширенні СББ, є надзвичайно широким та постійно розширюється. Компанія повинна усвідомлювати, що звіт подаватиметься аналізу фахівців з багатьох сфер, і відповідно зростає потреба готувати та подавати інформацію у спосіб, визначений у відповідних фахових колах. Дуже важко вразити спеціаліста частковою інформацією про поодинокі практики, яку впроваджує компанія. Важливо уникати гіперболізації та дотримуватись стриманого викладу інформації.
Ресурсозатратність	Підготовка повноцінного звіту про соціальну відповідальність вимагає висококваліфікованих людських ресурсів, внутрішньо корпоративних систем (часом додаткових), налагодження нового бізнес-процесу всередині компанії тощо. Амбіції щодо підготовки нефінансового звіту мають відповідати можливостям компанії на даному етапі та рівню загального корпоративного розвитку. Використання спрощених форм нефінансової звітності може краще відповідати потребам і можливостям компанії на певному етапі.
Достовірність даних	Кожна цифра та твердження у нефінансовій звітності мають відповідати дійсності. Неправдиві дані можуть бути виявлені та опинитись на шпальтах газет та у соціальних мережах. Це також може спричинити проблеми наступного разу, коли компанія готуватиме нефінансовий звіт, адже буде унеможливлена порівняльність даних. Саме тому потрібно бути спроможним надавати та підтверджувати реальні дані.
Відсутність запасного виходу	Оприлюднений звіт назавжди стає надбанням громадськості, його неможливо видалити, приховати або позбутися. Після першого нефінансового звіту в певний момент буде другий, третій та наступні. Фахівці зможуть порівнювати дані та робити висновки у динаміці, і у даному випадку – не лише про фінансові показники діяльності. Роль нефінансової звітності у цьому аспекті аналогічна ролі фінансової звітності, яка вже стала звичною для українських компаній.

Джерело: складено автором на основі [3]

є модель СВ компанії. Ризики звітності не повинні ставати непереборною перепорою для початку процесу звітування підприємством, оскільки вміння вправно управляти ризиками є основою їхнього успіху.

В сучасних умовах тим більше, що з розвитком Інтернет-технологій, інформацію про діяльність чи бездіяльність компаній все легше можуть отримати заінтересовані особи: інвестори, кредитори, акціонери та інші. До того ж особливо важливо враховувати, що у світі активно розвивається (навіть незважаючи на економічну кризу) такий сегмент фінансового ринку, як соціально відповідальне інвестування, який за останні 40 років пройшов шлях від одиничного бойкотування соціально безвідповідальних компаній до окремого сегмента фондового ринку обсягом в 60 разів більше, ніж, наприклад, весь фондовий ринок Росії.

Як правило, в цьому сегменті працюють пайові інвестиційні фонди. Так, в Європі, за даними Eurosif, обсяг активів під управлінням фондів інвестування з урахуванням сталого розвитку виріс з 6,9 млрд євро в 2005 р до 48,1 млрд євро в 2011-му. А за оцінками KPMG, він досяг 37,2 млрд євро – 30,5 млрд євро в фондах, що спеціалізуються на навколишнє середовище, і 6,7 млрд євро в фондах з соціальних питань [10]. Такі «свідомі» фонди в Європі найбільш поширені в Нідерландах, Швейцарії, Великобританії та Німеччини. Їх підхід до інвестування різноманітний. Найбільш простий – відмова від підтримки тих компаній, чия діяльність завдає значної шкоди населенню та природі (так званій *negative screening*). Наприклад, відсіювання тютюнових і алкогольних компаній, торговців зброєю і компаній, що тестують продукцію на тварин. Більш складний – включення в інвестиційний портфель «хороших» компаній (це називається *positive screening*). А в окремих випадках інвестори можуть чинити тиск на керівництво емітента, використовуючи свої права акціонерів (*shareholder activism*).

Отже, все більша кількість інвестиційних, пенсійних, відкритих чи закритих фондів надають своїм вкладникам право на встановлення так званих «соціальних фільтрів» для інвестування. Для встановлення цих «соціально безвідповідальних» компаній у розвинутих країнах при таких фондах добре організована та налагоджена робота груп аналітиків. Саме ці спеціалісти цікавляться та професійно вивчають нефінансові звіти компаній, які заінтересовані у залученні інвестицій. Нажаль українські компанії не потрапляють у поле зору менеджерів таких фондів.

Варто зауважити, що у квітні 2014 року Європейським парламентом схвалена нова Директива Єврокомісії, яка спрямована на змістовні зміни законодавства ЄС щодо звітності, згідно якої великі європейські підприємства повинні звітувати про екологічні, соціальні питання, а також показники по співробітникам, корупції, хабарів та прав людини тощо [6]. Зміни в європейському законодавстві не мають прямого впливу на український бізнес, але, зважаючи на курс України на євроінтеграцію, а також глобальні тенденції до законодавчого

регулювання питань КСВ, українським компаніям варто уважно поставитися до Директиви Єврокомісії. У зв'язку з цим певний інтерес представляють рекомендації М. Саприкіна:

1) визначити і почати готувати звітність за істотними нефінансовими індикаторами в таких сферах, як екологія, соціальні питання та співробітники, права людини, питання хабарництва та боротьби з корупцією, питання різноманіття (гендерної рівності) в радах директорів;

2) компаніям, які вже мають звітність, ввести додаткові індикатори з визначених питань для розкриття;

3) якщо компанія є підрозділом великої міжнародної компанії, то процес звітності слід починати відповідно до індикаторів, за якими звітує материнська компанія;

4) велику увагу слід приділити політиці різноманіття (гендерна рівність) в управлінні компанією, почавши з її розробки;

5) якщо компанія є підрозділом великої міжнародної компанії, яка ще не звітує, то цей процес необхідно розпочати якомога швидше. Оскільки процес вибору показників, їх пояснення співробітникам, навчання і збору даних може зайняти близько 2-х років [5].

У світовій практиці прийнято декілька основних форм соціальної звітності [8]: звіти у вільній формі; комплексний звіт (метод Triple Bottom-Line, метод Лондонської групи порівняльного аналізу (London Benchmarking Group), метод групи корпоративного громадянства (Corporate Social Citizenship тощо); стандартизований звіт (ISO 14000, SA 8000, AA 1000, ISO 26000, GRI та інші).

Аналіз показав, що якість звітностей поки залишає бажати кращого. За оцінками KPMG, середня оцінка якості звітності 250 найбільших в світі компаній становить лише 59 за 100-бальною шкалою. Найбільш доступно компанії висвітлюють інформацію про свої цілі і індикаторах, а також про свою стратегію, а найгірше – інформацію про постачальників і виробничо-збутової ланцюжку, а також про управління в сфері CR. Однією з причин недостатньо високої якості звітності є нечітке розуміння компаніями того, для чого це робиться. Так, серед 250 найбільших в світі компаній 9 з кожних 10 компаній використовують звіти, щоб ідентифікувати зміни в соціумі і навколишньому середовищу, які можуть відбитися на бізнесі і його стейкхолдерів. Тільки 7 з 10 компаній звітують про те, що ці зміни відкривають можливості для інновацій в нові товари і послуги. Лише третина компаній – про те, як ці можливості сприяють збільшенню ринкової частки і скорочення витрат. І лише одна з 10 - про поліпшення доступу до капіталу або підвищення вартості акцій як результату соціальних і екологічних змін [10].

Українські компанії, які працюють з нефінансовою звітністю, лише починають інтегруватись у світову фахову спільноту. Зважаючи на недовгу історію нефінансового звітування в Україні, українські компанії обережно підходять до розкриття інформації про

нефінансові аспекти діяльності.

Найпоширенішими аспектами нефінансового звітування в Україні є наступні: умови праці та розвиток людського капіталу; збереження довкілля; доброчинність і благодійництво; співпраця з місцевими громадами.

При підготовці звітності три чверті країн використовують інструкції Global Reporting Initiative, розроблені вперше в 2000 р в Нідерландах і в останній раз оновлювалися в травні 2013-го. Керівництво GRI G4 гармонізоване із Глобальним договором ООН та ISO 26000 «Соціальна відповідальність». Типову структуру такого соціального звіту подано у табл. 2.

Таблиця 2. Загальна структура інтегрального звіту відповідно до Керівництва G4

Назва розділу (елементу звітності)	Зміст
Стратегія та аналіз	Вступне слово керівника організації (власника) щодо значення сталого розвитку для її стратегії, сутності стратегії підприємства на короткострокову, середньострокову та довгострокову перспективи, пріоритети та ключові проблеми суб'єкта господарювання, масштабні тенденції, які впливають на підприємство, його найважливіші події, досягнення та невдачі. Крім цього потрібно розглянути ключові ризики, впливи на зацікавлених сторін, а також можливості організації тощо
Профіль організації	Вказати назву, бренди, продукцію, місце розташування, види діяльності, філії і представництва, ринки збуту організації, її масштаби (чисельність підрозділів, кількість зайнятих, суму чистих продаж, капітал та його структуру, обсяги виробленої продукції, аналіз кількості і якості персоналу за різними ознаками, ланцюжок постачальників організації, членство в різних громадських об'єднаннях організації тощо
Виявлені суттєві межі та межі	Перерахувати усіх юридичних осіб, які включені у консолідовану фінансову звітність, розкрити методикку визначення найсуттєвіших питань діяльності організації, визначити перелік цих питань і описати їх, визначити вплив найсуттєвіших питань на організацію, надати інформацію про зміну меж суттєвих аспектів діяльності організації
Взаємодія із зацікавленими сторонами	За звітний період вказати групи зацікавлених сторін, з якими взаємодіє організація. Визначити принципи відбору таких груп, описати підходи взаємодії із зацікавленими сторонами, розкрити ключові питання, пов'язані із ними тощо
Загальні відомості про звіт	Визначити звітний період, дату публікації та цикл звіту, вказати контактну особу та її координати, до якої можна звернутися щодо питань, пов'язаних із звітом, зазначити вид соціального звіту (основний чи розширений) тощо

Продовження табл. 2

Назва розділу (елементу звітності)	Зміст
Корпоративне управління	Висвітлення інформації про структуру корпоративного управління та його склад, роль головного структурного органу управління визначенні стратегії та цілей організації, компетенції та оцінки вищого керівного органу, його роль в управлінні ризиками, підготовкою звітності в області стійкого розвитку, в оцінці економічного, соціального та екологічного впливом на зацікавлених сторін тощо
Етика та сумлінність	Розкрити сутність принципів, стандартів та цінностей організації, опис внутрішніх і зовнішніх механізмів звернення за консультаціями із питань етики та законності, опис механізмів щодо запобігання випадків порушення етики та законності тощо.

Джерело: складено автором на основі [9]

Процес підготовки нефінансового звіту завжди є індивідуальним для кожної компанії, але загальними для всіх є наступні етапи роботи над звітом [1, 3, 6]:

1. Підготовка до нефінансового звітування:

– визначення ступеня зрілості моделі соціальної відповідальності підприємства (початок; становлення; розбудова; зрілість);

– формулювання основних факторів доцільності реалізації соціальної відповідальності;

– вибір елементів звітності (аудиторія; зміст; формат; процес; верифікація; оприлюднення);

деталізація елементів процесу звітності (період, межі, терміни оприлюднення звіту; ресурси, які виділятимуться відповідальному на підготовку звіту (часових, людських та фінансових); місця та рівня підпорядкування у внутрішній організаційній структурі компанії);

2. Робота над нефінансовим звітом (звітність):

– формування в робочій групі, яка відповідає за реалізацію стратегії соціальної відповідальності, команди для роботи над звітом, в яку обов'язково повинні входити зовнішні експерти;

– залучення груп впливу;

– збір даних (визначення джерел інформації; отримання та перевірка даних; зведення даних до визначеного формату; опрацювання даних);

– написання звіту;

– верифікація та аудит;

3. Оприлюднення нефінансового звіту:

- вибір форми та каналів публікації звіту;
- презентація звіту;
- опрацювання зворотного зв'язку.

Підготовка нефінансової звітності потребує підтримки на вищому рівні управління. Керівники компанії повинні задіяти механізми, що забезпечували б достовірне і повне розкриття такої інформації за принципом суттєвості. У цьому зв'язку слід прийняти рішення щодо осіб, відповідальних за підготовку звіту. Для збирання і опрацювання нефінансової інформації необхідними є створення функціональних ІТ-систем, використання веб-технологій і забезпечення доступу до розкриття показників у режимі on-line, що, у свою чергу, сприятиме зниженню витрат на підготовку нефінансової звітності та підвищенню її «прозорості».

Висновок. Отже, корпоративна соціальна відповідальність впливає на імідж організації і створює її репутацію, а нефінансова звітність як інструмент КСВ відіграє важливу роль у покращенні діяльності підприємства та підвищенні її конкурентоспроможності в умовах ринкового середовища. Дослідження стандартів із соціальної відповідальності показало, що для підприємств виноробної галузі формування нефінансового звіту доцільно здійснювати за міжнародним стандартом GRI. Підготовка звіту здійснюється безпосередньо членами робочої групи підприємства із залученими зовнішніми експертами-представниками стейкхолдерів. Показники, представлені у звіті повинні характеризувати результативність у сфері економічної, екологічної та соціальної діяльності підприємства.

1. Байрактар Ю. П. *Нефінансова звітність підприємств та етапи її формування* / Ю.П. Байрактар // Вісник ОНУ імені І.І. Мечникова. – 2015. – Т. 20, Вип.1/1.

2. Васильчук І. П. *Нефінансова звітність як інструмент управління сталим розвитком корпорацій* / І. П. Васильчук // Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету: Серія: Економіка і менеджмент. – 2015. – Вип. № 11.

3. Воробей В. *Нефінансова звітність: інструмент соціально відповідального бізнесу* / В. Воробей, І. Журавська; за заг. ред. Ю. Щербініної. – К.: Представництво ООН в Україні, 2010.

4. Льченко Н. В. *Світові тенденції розвитку нефінансової звітності та розкриття інформації зі сталого розвитку [Електронний ресурс]* / Н. В. Льченко // Ефективна економіка. – 2015. – №9. – Режим доступ до журналу: <http://www.economy.nauka.com.ua>

5. КСВ сніданок «Звітність з КСВ: нова директива ЄС. Інтегрована звітність та GRI G4 рік потому» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://csr-ukraine.org/article/ксс-сніданок-звітність-з-ксс-нова-дир/>.

6. Мацьків Р. Т. Нефінансовий звіт – складова управління соціальною відповідальністю підприємств нафтогазового комплексу [Електронний ресурс] / Р. Т. Мацьків // Ефективна економіка. – 2015. – № 3. – Режим доступу: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=3926>
7. Москалюк Г. О. Нефінансова звітність у реалізації концепції сталого розвитку в Україні / Г. О. Москалюк // Облік і контроль в управлінні економічною стійкістю підприємств в умовах глобалізації: [монографія] / під ред. В.Ф. Максимової. – Одеса: ОНЕУ, 2014.
8. Посібник із КСВ. Базова інформація з корпоративної соціальної відповідальності / О. Лазоренко [та ін.]. – К.: Енергія, 2008.
9. Руководство по отчетности в области устойчивого развития G4 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.globalreporting.org/resource/library/Russian-G4-Part-One.pdf>.
10. Снежко Е. Корпоративная социальная ответственность как неотъемлемая часть ведения бизнеса [Електронний ресурс] / Е. Снежко. – Режим доступу: <http://www.capital.ua/ru/publication/23871-dlya-ukrainskogo-biznesa-korporativnaya-sotsialnaya-otvetstvennost-v-osobennosti-kak-sostavnaya-bolee-masshtabnogo-yavleniya-ustoychivogo-razvitiya-sustainable-development-do-sikh-por-neredko-vo-sprini-maetsya-kak-zagranichnaya-dikovinka-i-dazhe-krupnymi>

Стаття надійшла до редколегії 03.07.2016 р.

УДК 339.371

Чайковська В. П.,

к. е. н., доцент,
приватний підприємець, м. Вінниця

ЕЛЕКТРОННА КОМЕРЦІЯ В УКРАЇНІ: СУЧАСНИЙ СТАН ТА ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ

В статті досліджено сучасний стан електронної комерції в Україні з урахуванням результатів роботи найбільших вітчизняних маркетплейсів та змін законодавства в даній галузі, виявлено основні тренди розвитку e-commerce в Україні. Встановлено, що на тлі зростання курсу долара, інфляції і зростання патріотизму, істотно зростає попит на товари українських виробників. Найбільш затребуваними серед зарубіжних країн стали українські продукти харчування і напої. Основними драйверами зростання електронної комерції є зростання показника проникнення Інтернету і збільшення частки онлайн-покупців. Визначено 10 трендів електронної комерції в Україні: лояльність і персоналізація; регіональний e-commerce; зміна категорій; нішевість; мобілізація; соціальна комерція; робота зі спільнотою; експансія Китаю; ефективна логістика; мультиканальність.

Ключові слова: електронна комерція, Інтернет-магазин, мобільна комерція, соціальна комерція, регіональний e-commerce, мультиканальність

ЭЛЕКТРОННАЯ КОММЕРЦИЯ В УКРАИНЕ: СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ И ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ

Чайковская В. П.

В статье исследовано современное состояние электронной коммерции в Украине с учетом результатов работы крупнейших отечественных маркетплейсов и изменений законодательства в данной области, выявлены основные тренды развития e-commerce в Украине. Установлено, что на фоне роста курса доллара, инфляции и рост патриотизма, существенно возрастает спрос на товары украинских производителей. Наиболее востребованными среди зарубежных стран стали украинские продукты питания и напитки. Основными драйверами роста электронной коммерции является рост показателя проникновения Интернета и увеличения доли онлайн-покупателей. Определены 10 трендов электронной коммерции в Украине: лояльность и персонализация; региональный e-commerce; изменение категорий, нишевость;

мобілізація; соціальна комерція; робота з громадськістю; експансія Китаю; ефективна логістика; мультиканальність.

Ключевые слова: електронна комерція, Інтернет-магазин, мобільна комерція, соціальна комерція, регіональний e-commerce, мультиканальність

E-COMMERCE IN UKRAINE: CURRENT STATUS AND TRENDS

Chaykovska V.

In the article the current state of e-commerce in Ukraine based on the results of the largest domestic market place legislation and changes in the industry, identified the major trends of e-commerce in Ukraine. It was established that despite the growth of the dollar, inflation and rising patriotism, significantly increasing the demand for goods Ukrainian producers. The most popular among foreign countries have Ukrainian food and beverages. The main drivers of growth in e-commerce is the growth rate of Internet penetration and increase the share of online shoppers. Defined e-commerce trends in Ukraine, loyalty and personalization; Regional e-commerce; change categories; mobilization; social commerce; Work with the community; expansion of China; efficient logistics. Speaking about the prospects of e-commerce in 2016, experts predict a rise in turnover in local currency by 30-40%. Among online merchants escalate the struggle for quality of service. Medium and large players with poor service will stagnate and lose market share. A small level of service vendors will catch up to the leaders. Will continue to actively develop the infrastructure for e-commerce. The main emphasis will be placed on logistics, payments, technology integration with third-party additional services. The share of sales from mobile devices will reach 30-40% and will increase.

Keywords: e-commerce, online shopping, mobile commerce, social commerce, sales channels

Постановка проблеми. Україна має один з найбільших споживчих ринків у Центральній та Східній Європі, кількість потенційних споживачів якого перевищує 40 мільйонів осіб. Рівень підключення до Інтернету за минулі два роки зріс майже за всіма віковими категоріями. Кількість Інтернет-користувачів сягнула 22 млн. осіб у 2015 році. Однак ринок електронної комерції в Україні ще перебуває на етапі становлення і має величезний потенціал для зростання. Так, в 2015 році його обсяг був майже в п'ять разів менше, ніж в Польщі. До 2019-му очікується зростання онлайн-продажів в світі на 15%, в той час як зростання продажів традиційного роздрібу – на рівні близько 5%. Завдяки цифровим технологіям боротьба за клієнтів ведеться в глобальному масштабі. У найближчому майбутньому можливий прихід на наш ринок нових учасників і вихід українських майданчиків на міжнародний рівень. Це означає, що конкуренція посилиться, а гравці будуть

пропонувати користувачам кращі умови для здійснення покупок онлайн. При цьому низька ціна далеко не єдиний фактор вибору. Перевагу отримає той, хто зможе гарантувати надійний сервіс і зручність придбання товару. Інноваційність, гнучкість і ефективність бізнес-процесів допоможуть компаніям досягти високих результатів. У зв'язку з активізацією електронної комерції в Україні розвивається ринок мобільних платежів, інтернет-банкінг, а також мультіканальний маркетинг. Інтернет-магазини будуть автоматизувати маркетингові процеси і удосконалювати логістичну систему. Також очікується розвиток шоу-румів та маркетплейсів.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженню питань, пов'язаних з еволюцією, сутністю та специфікою функціонування електронної комерції було присвячено досить велика кількість наукових праць як вітчизняних, так і зарубіжних вчених таких, як Балабанов І.Т., Белей О.І., Гринів Н.Т., Дункан Г., Кудіна О. Ю., Литвин І.С., Плєскач В.Л., Саммер А., Свидрук І. І., Третьякова Л.І., Хофман Т., Царьов В.В., Чухрай Н.І., Ярова І. І. та інші. Проте, на наш погляд, наукові публікації з питань електронної комерції часто відірвані від практики, тому в даній праці узагальнено проблеми та перспективи розвитку e-commerce в Україні з урахуванням досвіду керівників провідних маркетплейсів та директ-маркетингових агенцій в Україні.

Мета статті. Оцінка сучасного стану електронної комерції в Україні на основі аналізу результатів роботи найбільших вітчизняних маркетплейсів з урахуванням змін законодавства в даній галузі задля встановлення основних драйверів зростання та трендів розвитку e-commerce в Україні.

Основні результати дослідження. Електронна комерція – галузь, яка найбільш успішно розвивається на сьогоднішній день в Україні й за період 2010-2015 рр. зросла майже в 5 разів. Особливо активно через Інтернет, як показав аналіз, продається одяг, електроніка, книги і побутова техніка. Набирає обертів і торгівля продуктами харчування – більшість учасників ринку вважають саме цей сегмент найбільш перспективним на найближчі п'ять років. І згідно прогнозів експертів, ринок електронної комерції буде і далі успішно приваблювати покупців на відміну від системи звичайної торгівлі. Товарообіг за підсумками 2015 року зріс на 40-60%, а кількість замовлень на 20-30%, а обсяг ринку збільшився з 19 млрд. грн. в 2014 році до 25 млрд. грн. в 2015-му.

З даних табл.1 видно, що найбільшу кількість замовлень у 2015 р. становили товари fashion-індустрії (одяг, взуття, аксесуари), на другому місці – товари для дому та саду, а беззаперечний лідер продажів 2012-2014 рр. – побутова техніка та електроніка опинився лише на третьому місці, що обумовлено значним подорожчанням даної категорії товарів через стрімкий ріст курсу валюти у 2014-2015рр., що підтверджує і те, що середній чек на купівлю в даній категорії є найбільш вартісним (862,9 грн.). Ріст кількості замовлень в

категоріях у відсотковому співвідношенні в 2014-2015 рр., був найбільшим у категорії «Подарунки, хобі, книги» (91,1%), найменшим – у медицині – 52,2%.

Таблиця 1. Товарообіг електронної комерції в Україні за основними товарними категоріями, 2015 р.

Товарні категорії	Середній чек, грн.	Кількість замовлень через кошик, од.	Ріст кількості замовлень в категорії 2014-2015 рр., %
Одяг, взуття, аксесуари	741,3	642742	62,7
Дім та сад	636,7	292442	58,8
Техніка та електроніка	862,9	203871	43,9
Краса та здоров'я	345,9	159540	59,2
Спорт та відпочинок	734,4	133626	77,9
Обладнання, товари для надання послуг	703,7	113837	66,5
Товари для дітей	687,2	112987	78
Авто, мото	854,3	95216	58,5
Подарунки, хобі, книги	304,4	80822	91,1
Медицина	444,9	77615	53,2

Джерело: [1]

Розглядаючи перспективи електронної комерції в 2016 році, експерти прогнозують зростання товарообігу в гривні на 30-40%. Серед інтернет-торговців загостриться боротьба за якість сервісу. Середні і великі гравці з поганим сервісом будуть стагнувати і втрачати частку ринку, а рівень сервісу малих торговців буде підтягуватися до лідерів. Триватиме активний розвиток інфраструктури для електронної комерції. Основні акценти будуть розставлені на логістику, платежі, технології інтеграції зі сторонніми додатковими сервісами. Частка продажів з мобільних пристроїв сягне 30-40% і буде збільшуватися [1].

На тлі зростання курсу долара, інфляції і зростання патріотизму, істотно зростає попит на товари українських виробників. На Prom.ua товарообіг збільшився в 3 рази, а кількість замовлень на 130%. Кожен п'ятий товар в 2015 році, був українського виробництва (рис.1).

Аналіз показав, що найбільш затребуваними серед зарубіжних країн стали українські продукти харчування і напої. На другому місці продукція сільського господарства, а на третьому місці дерево і пиломатеріали. Найбільш швидкозростаючим за популярністю товаром на експорт стала українська пшениця. Кількість заявок в 2015 році було на 1200% більше, ніж у 2014 році (рис. 2).

Серед країн найбільший приріст кількості заявок на експорт з України в 2015 році показала Німеччина (рис. 3).

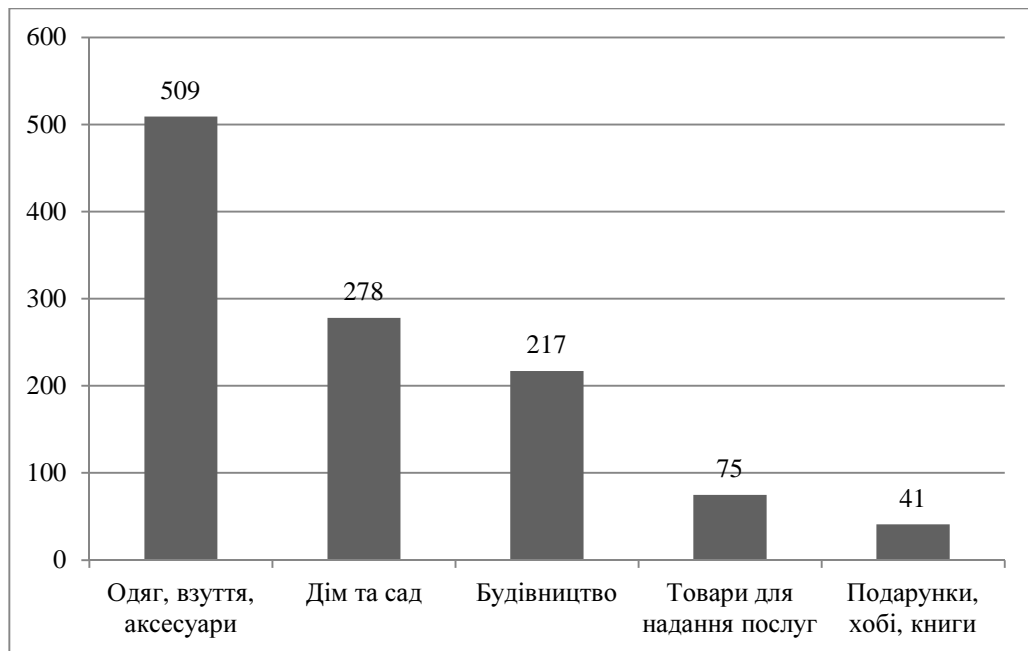


Рис. 1. Обсяг купівлі українських товарів на порталі Prom.ua у 2015р., тис. покупок

Джерело: [1]

У порівнянні із середнім значенням в Європі, частка електронної комерції в роздрібній торгівлі в нашій країні ще дуже низька. Вона тільки починає розкривати свій потенціал. У більшості країн питання регулювання електронної комерції давно вирішене. У США акти, що регулюють сектор, з'явилися ще у 1990-х – на початку 2000-х років, Україна прийняла такий закон однією з останніх, а саме у вересні 2015 року було прийнято Закон «Про електронну комерцію» [5], який передбачає введення понять електронної комерції, електронного товару, електронної угоди, електронної торгівлі та інтернет-магазину. Закон дозволяє компаніям укладати договори за допомогою електронних листів, оформляти первинні документи в електронній формі і встановлює однакові ціни для готівкових та безготівкових способів оплати товару. Ухвалення закону може посилити захист прав споживачів, тим самим збільшивши довіру до онлайн-торгівлі.

Прийняття закону про електронну комерцію є подією, яку не один рік очікували учасники ринку. Документ, зокрема, врегульовує порядок укладання угод в електронній формі. На переконання експертів, акт виведе бізнес із сірої зони економіки та стимулюватиме інвесторів вкладати гроші у сектор. Головне досягнення для бізнесу – угоди у електронній формі прирівняні до угод у письмовій формі. Закон також визначає угоди, які не можуть укладатися в електронній формі. Це угоди щодо нерухомості та інші угоди, що вимагають нотаріального завірення, угоди за участі держави та угоди, що регулюють сімейні стосунки. Закон детально описує процедуру укладання угоди в електронній формі, зокрема,

пропозицію, прийняття, укладання, підписання та виконання. Закон сприятиме зменшенню документообороту, адже він дозволяє продавцям використовувати електронні документи як первинні документи. Позитивним пунктом є також введення в склад учасників електронної комерції посередників та розмежування відповідальності між ними та продавцями послуг. Полегшить життя інтернет-магазинам момент, пов'язаний з дотриманням вимог закону «Про захист персональних даних» [6]. Закон гарантує отримання автоматичної згоди покупця при вході в інформаційну систему на право магазину обробляти його дані. Незважаючи на позитиви, закон потребує доопрацювання. Адже документ виводить із сфери діяльності операторів доставки, це не обгрунтовано, адже вони беруть безпосередню участь у реалізації, крім того, закон не передбачає особливостей угод в окремих сферах.

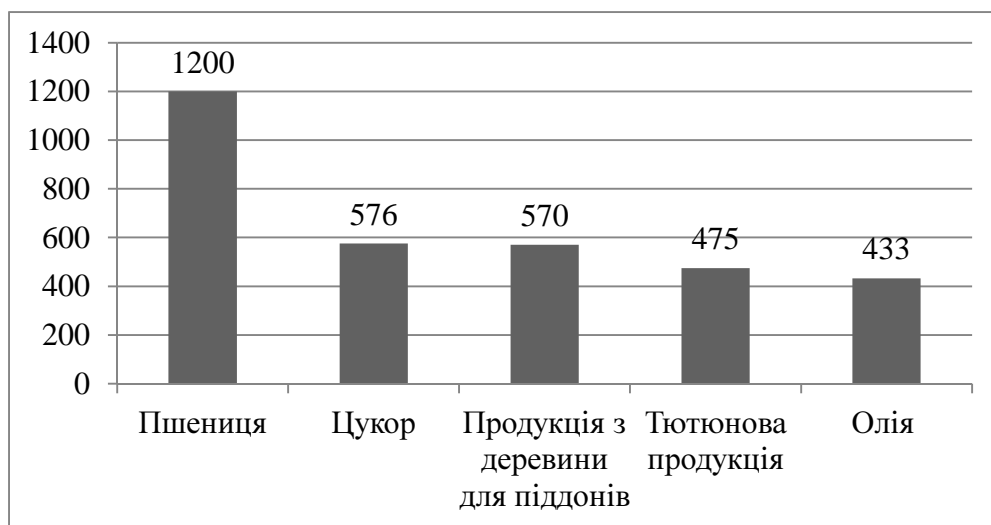


Рис. 2. Приріст експорту українських товарів на порталі Allbiz.ua, 2015р., %

Джерело: [1]

За даними аналізу, крім нового закону, посприяти розвитку електронної торгівлі в Україні можуть й інші процеси, наприклад, розширення способів оплати для покупців. В Україні мінімум 3 млн. людей платять картками в Інтернеті. Вони прийдуть в e-commerce тоді, коли в інтернет-магазинах з'явиться можливість платити картою. Наданий час українці за допомогою карток купують більше за кордоном, ніж усередині країни. Збільшити обсяги продажів онлайн-торгівлі могла би більш активна співпраця інтернет-магазинів з установами, які можуть надати покупцям кредит, адже в кредит в Інтернеті здійснюється лише декілька відсотків покупок від загальної їх кількості. Позики можуть надати багато переваг інтернет-магазину, зокрема, зростання продажів на 5-10% та збільшення рівня середнього чеку на 20-25%.

Основними драйверами зростання електронної комерції є зростання показника проникнення Інтернету і збільшення частки онлайн-покупців. За даними Світового банку,

проникнення Інтернету в Україні щорічно підвищується в середньому на 5%. У 2015 році цей показник склав 49%. Станом на лютий 2016 рік в Україні підключено 63% домогосподарств (без урахування Криму). Регулярно – раз на місяць або частіше – користуються Інтернетом 62% сімей. Ще в наприкінці 2015 роки регулярних користувачів було 58%. При цьому частка онлайн-покупців в роздрібній торгівлі щороку зростає в середньому на 4%. У 2015 році вона дорівнювала приблизно 21% [7].

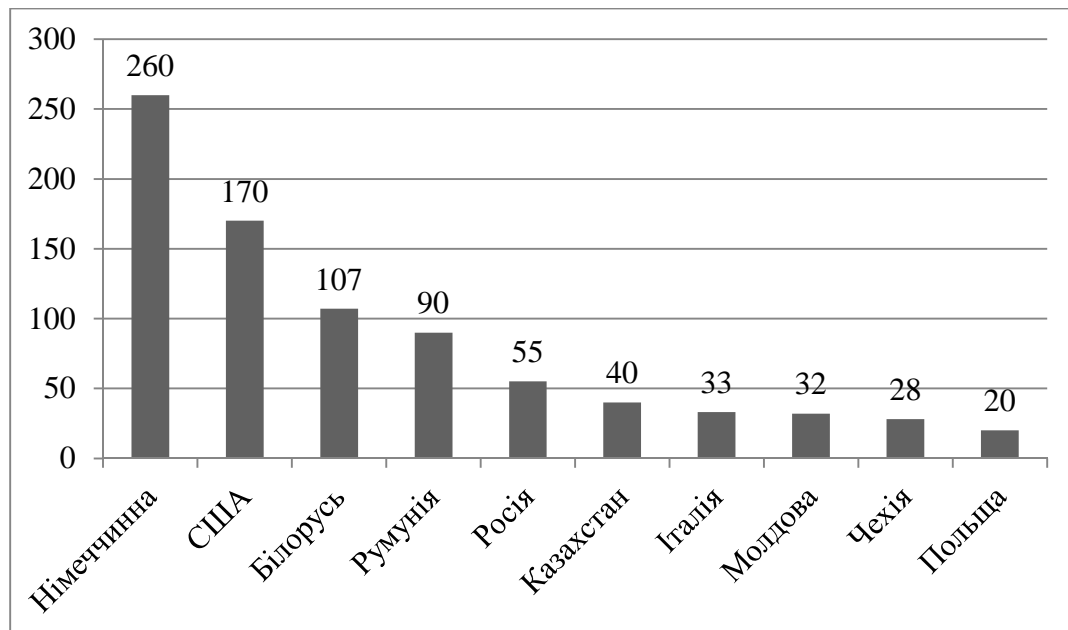


Рис. 3. Топ-10 країн з найбільшим приростом заявок через портал Allbiz.ua для українських експортерів, 2015 р.

Джерело: [1]

Основні тренди електронної комерції в Україні, як показав аналіз, це:

1. Лояльність і персоналізація. Хоча багато інтернет-магазинів вже працюють у напрямку підвищення лояльності зі сторони покупців, проте не всі продавці розуміють, наскільки це насправді важливо. Адже робота над утриманням клієнта і забезпеченням йому позитивного досвіду взаємодії з бізнесом стане одним із ключових факторів успіху в онлайн-продажах вже в найближчі роки. При цьому необхідно розуміти, що під стимулюванням лояльності мається на увазі саме позитивний досвід клієнта (сервіс, клубна карта, спеціальні умови), а не просто пропозиція знижки або нові акції. Персоналізація – одна з важливих складових забезпечення задоволеності клієнтів, у тому числі в сфері електронної комерції. Пропозиції, рекомендації та поради повинні бути змодельовані з урахуванням конкретних потреб кожного з сегментів клієнтів. Більше того, навіть маркетингову стратегію необхідно будувати з урахуванням фактора персоналізації, щоб пропонувати покупцю те, що відповідає його індивідуальним потребам і перевагам. Аналітика, опитування та історія покупок будуть в цьому контексті найкращими союзниками [5].

2. Регіональний e-commerce. Якщо раніше основним центром споживання товарів в онлайні був Київ, то сьогодні регіони поступово вирівнюють цю статистику. За оцінками порталу Prom.ua, більше 80% замовлень на майданчику в 2015 році були міжрегіональними. Основний стимул – якісні послуги логістики, які надають комерційні оператори. Скорочується не тільки вартість, але і час доставки, в результаті чого жителі регіонів, задоволені першим досвідом, все частіше роблять замовлення в іногородніх інтернет-магазинах. У найближчі рік-два саме зростання продажів у регіонах має стати основним драйвером зростання. Цьому сприяє як підвищення інтересу з боку населення до онлайн-покупок, так і поява великої кількості маленьких інтернет-магазинів, орієнтованих саме на локальні ринки рівня міста чи області. Цілком імовірно, що зі зростанням попиту з'являться невеликі, але успішні нішеві гравці, які будуть орієнтовані винятково на аудиторію покупців у певному місті-мільйоннику. Точніше вони і зараз є, але це швидше виняток, ніж правило. Із врахуванням даної тенденції великим інтернет-магазинам, які ведуть торгівлю на всю країну, варто задуматись над підвищенням швидкості обробки замовлень із регіонів, забезпеченням їх швидкої і безпечної доставки [1].

3. Зміна категорій: одяг обігнав смартфони. Якщо п'ять років тому електронна комерція була представлена переважно побутовою/цифровою технікою і книгами, то на даний момент спостерігається перерозподіл категорій. Найбільш зростаюча онлайн-категорія товарів на сьогоднішній день – одяг, на другому місці – будівництво, а техніка – на третьому плані. У сегмент електронної комерції заходять все нові категорії, користувачі все частіше купують через Інтернет товари, які раніше віддавали перевагу шукати в офлайні. За рахунок цього зростає весь ринок e-commerce в Україні.

4. Нішевість. «Малий e-commerce» та інтернет-магазини, які спеціалізуються виключно на окремих нішах, збільшують свою частку на ринку. При цьому з'являються гравці в досить-таки незвичайних для онлайн-торгівлі сегментах – як, наприклад, вироби ручної роботи, натуральна косметика, дизайнерські меблі, тощо. Конкуренція в таких сегментах e-commerce відносно невисока, а іноді і зовсім відсутня, в них можна отримати не тільки велику маржу, але і хороший попит. У найближчі роки інтенсивний розвиток електронної комерції продовжиться навіть на ринках розвинених і економічно стабільних країн, не кажучи вже про країни СНД та інші ринки, що розвиваються. При цьому розширення аудиторії покупців передбачається як за рахунок звичних, так і шляхом збільшення зростання за рахунок нових каналів, таких як мобільні пристрої

5. Мобілізація. За останній рік сильно збільшилася частка мобільних користувачів. Гравці ринку розуміють, що їх частка буде зростати з кожним роком, і цей канал потрібно розвивати на ряду з веб-каналом. Адже смартфони і планшети плавно перетворилися на основні пристрої для навігації по Інтернету для істотного сегмента користувачів. Відповідно,

швидкими темпами зростає і частка покупок, зроблених за допомогою таких пристроїв. Тому власнику бізнесу необхідно комплексно підходити до даного питання – починаючи з адаптації сайту під мобільні і продовжуючи роботу в таких напрямках, як мобільна реклама та розробка програми під інтернет-магазин.

6. Соціальна комерція. Соціальна комерція може стати корисною не тільки для розкрутки бренду, але і для прямих продажів, все залежить від товару який продається. Якщо будматеріали – то соціальні медіа, скоріше, маркетинговий базис. А якщо це модне взуття або одяг, то Facebook може стати реальним каналом продаж. Особливо з урахуванням планів Facebook з впровадження кнопки «Купити», яку інтернет-магазини зможуть додавати до постів на своїй сторінці. Та й в цілому таку величезну аудиторію, яка сконцентрована в соціальних мережах, просто не можна ігнорувати. Соцмережі є ефективним каналом для побудови лояльності. Але це дуже довгострокові речі, за якими важко зрозуміти, наскільки ефективно все це конвертується в продажі [8].

7. Робота зі спільнотою. В ході дослідження встановлено, що понад 70% покупців вивчають відгуки інших людей перед тим, як замовляти товар в інтернет-магазині. Причому роблять це не тільки на сайті продавця, а й на інших ресурсах, щоб отримати найбільш повну інформацію про продукт. Найбільш затребуваним залишається згенерований користувачами контент – відгуки, коментарі, огляди, питання/відповідь.

8. Експансія Китаю. Епоха буму інтернет-магазинів, які заробляли на відпрацьованій схемі покупки дешевих товарів у Китаї і перепродажу їх у країнах СНД, стрімко підходить до свого завершення. Китайська компанія Alibaba Group, яка володіє міжнародним інтернет-магазином Aliexpress.com, в 2015 році зареєструвала своє представництво в Російській Федерації. Цілком можливо, що незабаром подібні представництва з'являться в Україні та інших країнах СНД, а прискорення доставки з Китаю стане завершальним штрихом в експансії на місцеві ринки. Таким чином, багато дрібних і середніх гравців онлайн-рітейлу, успіх яких визначався виключно великими націнками на перепродажі продукції з Китаю, зіткнуться з серйозною загрозою. Чи зможуть вони залишитися на ринку в таких умовах – під великим питанням.

9. Ефективна логістика. Необхідність роботи в цьому напрямі повністю вкладається в логіку вдосконалення якості обслуговування покупців і забезпечення їх лояльності. Доставка повинна бути швидкою вже просто тому, що ніхто не любить чекати на посилку. У США і Західній Європі доставка в день замовлення поступово стає все більш поширеною реальністю і піднімає планку якості обслуговування, якій необхідно відповідати. Реальною проблемою українського ринку електронної комерції є висока вартість доставки. Більшість Інтернет-магазинів користуються послугами Нової пошти, проте уніфікація тарифів до мінімального 30 грн. іноді стає перепоною для онлайн-купівлі недорогих товарів через

високу вартість доставки. Найбільш дешеві послуги пропонує звичайно ж Укрпошта, проте сервіс та терміни доставки не дозволяють здійснювати ефективну логістику.

10. Мультиканальність. Для того, щоб інтернет-магазин був успішним, ефективної роботи в якомусь одному напрямку інтернет-маркетингу може бути цілком достатньо. Але, щоб стати одним із лідерів і відірватися від конкурентів, потрібно звернути увагу на мультиканальний маркетинг. Компанія повинна системно працювати над використанням всіх доступних каналів залучення покупців, оскільки кожен із них може зробити свій внесок у забезпечення зростання прибутку. Для закордонних інтернет-магазинів це вже норма, а от у країнах СНД мультиканальний маркетинг є новинкою. Проте інтернет-продавці не обмежуються тільки Prom.ua або Allbiz, щоб знайти своїх покупців, більше 60% інтернет-магазинів використовують більше однієї платформи, адже з точки зору інтернет-магазину, краще диверсифікувати ризики, використовуючи декілька каналів.

Висновок. На основі проведеного аналізу можна зробити наступні висновки:

1. Електронна комерція – галузь, яка найбільш успішно розвивається в Україні. За останній рік товарообіг в гривні зріс в середньому на 50%, а кількість замовлень на 25%.

2. Товари категорії fashion-індустрії та побутові товари понизили товари категорії «Побутова техніка та електроніка» до третього місця рейтингу найбільш затребуваних товарів ринку e-commerce в Україні.

3. На тлі зростання курсу долара, інфляції і зростання патріотизму, істотно зростає попит на товари українських виробників. Найбільш затребуваними серед зарубіжних країн стали українські продукти харчування і напої. Найбільш швидкозростаючим за популярністю товаром на експорт стала українська пшениця.

4. Наприкінці 2015 р. був прийнятий довгоочікуваний закон «Про електронну комерцію», який передбачає введення понять електронної комерції, електронного товару, електронної угоди, електронної торгівлі та інтернет-магазину та дозволяє компаніям укладати договори за допомогою електронних листів, оформляти первинні документи в електронній формі і встановлює однакові ціни для готівкових та безготівкових способів оплати товару.

5. Основними драйверами зростання електронної комерції є зростання показника проникнення Інтернету і збільшення частки онлайн-покупців.

6. Визначено 10 трендів електронної комерції в Україні: лояльність і персоналізація; регіональний e-commerce; зміна категорій; нішевість; мобілізація; соціальна комерція; робота зі спільнотою; експансія Китаю; ефективна логістика; мультиканальність.

7. Основними проблемами електронної комерції в Україні є:

- логістика, а саме висока вартість тарифів комерційних перевізників та низький рівень сервісу та великі терміни доставки державного оператора зв'язку;

- низька купівельна спроможність населення;

- доступність та популярність Китайських та інших закордонних сайтів, де потенційні клієнти інтернет-магазинів роблять замовлення самостійно, що також не сприяє розвитку вітчизняних виробників;

- висока вартість витрат інтернет-магазинів на рекламу, унікальний контент, SEO-просування сайту, що підвищує відсоток торговельної націнки в інтернет-магазині і як наслідок – підвищення ціни на товари, що в сучасних умовах низької фінансової спроможності населення України не сприяє розвитку електронної комерції.

Проте, перспективи e-commerce в Україні – величезні, успіху досягнуть ті учасники ринку, які пропонують унікальний продукт чи послугу, знайшли свою нішу на ринку, пропонують найкраще співвідношення ціна-якість-оптимальна за ціною та термінами доставка. Реальність така, що крауд-маркетинг, формування аудиторії, стимулювання лояльності та інші форми роботи зі спільнотою стають необхідними для побудови успішного бізнесу в електронній комерції.

1. *Електронная коммерция в Украине. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.trust.ua/news/124066-elektronnaya-kommerciya-v-ukraine.html>.*

2. *Гошко Т. Переешкоди розвитку електронної комерції в Україні / Т. Гошко // Вісник Львівського національного аграрного університету. Серія : Економіка АПК. - 2014. - № 21(1).*

3. *Макарова М. В. Інформаційне забезпечення запровадження систем електронної комерції і електронного бізнесу з урахуванням ризикованості їх розвитку / М. В. Макарова // Економіко-математичне моделювання соціально-економічних систем. - 2015. - Вип. 20.*

4. *Покровская Л. Л. Электронная коммерция в сфере информационных услуг : [монография]/ Л. Л. Покровская, А. А. Копачев. – СПб.: СПбГУСЭ, 2010.*

5. *Про електронну комерцію. Закон України № 675-VIII від 03.09.2015 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/675-19>.*

6. *Про захист персональних даних. Закон України № 2297-VI від 01.06.2010 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/2297-17>.*

7. *Ринок електронної комерції в Україні [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.eu.com/Publication/vwLUAssets/eu-ukranian-e.../eu-ukranian-e-commerce.*

8. *Федоричак В. Тренди електронної комерції в 2015-2016 роках [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://lemarbet.com/ua/trends/trendy-elektronnoj-kommertsii-v-2015-2016-godah/>*

9. *Ховрак І. В. Електронна комерція в Україні: переваги та недоліки / І. В. Ховрак // Економіка. Фінанси. Право. - 2013. - № 4.*

10. *Юдін О. М. Системи електронної комерції: створення, просування і розвиток : [монографія] / О. М. Юдін, М. В. Макарова, Р. М. Лавренюк.- Полтава : РВВ ПУЕТ, 2011.*

Стаття надійшла до редколегії 02.06.2016 р.

УДК 331.526:332.14

Вітряк Т. Б.,

*к.е.н., провідний науковий співробітник,
проблемна науково-дослідна лабораторія
зайнятості населення та прогнозування,
Інститут підготовки кадрів
державної служби зайнятості України, Київ*

МЕТОДИЧНІ АСПЕКТИ МОДЕЛЮВАННЯ ЗАЛЕЖНОСТІ РІВНЯ ЗАЙНЯТОСТІ ВІД ОБСЯГІВ КАПІТАЛЬНИХ ІНВЕСТИЦІЙ

У статті розглянуто методичні аспекти моделювання залежності рівня зайнятості населення від обсягів капітальних інвестицій в Україні. Узагальнено основні підходи кейнсіанської школи щодо впливу інвестицій на стан зайнятості населення. Побудовано математичну модель залежності рівня зайнятості населення від обсягів капітальних інвестицій на основі регресійного аналізу. Проведено перевірку моделі на адекватність. Результати емпіричного дослідження виявили наявність сильного прямого взаємозв'язку між рівнем зайнятості і обсягом капітальних інвестицій, що підтверджує гіпотезу про необхідність стимулювання інвестиційних процесів для покращення стану зайнятості в країні. Математична модель може ефективно застосовуватись для прогнозування стану ринку праці при визначенні заходів та інструментів здійснення державної політики зайнятості.

Ключові слова: зайнятість населення, капітальні інвестиції, мультиплікатор зайнятості, мультиплікатор інвестицій, математична модель, регресійний аналіз, кореляційне поле, коефіцієнт кореляції, прогнозування

МЕТОДИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ МОДЕЛИРОВАНИЯ ЗАВИСИМОСТИ УРОВНЯ ЗАНЯТОСТИ ОТ ОБЪЕМА КАПИТАЛЬНЫХ ИНВЕСТИЦИЙ

Витряк Т. Б.

В статье рассмотрены методические аспекты моделирования зависимости уровня занятости населения от объемов капитальных инвестиций в Украине. Обобщены основные подходы кейнсианской школы по влиянию инвестиций на состояние занятости населения. Построена математическая модель зависимости уровня занятости населения от объемов капитальных инвестиций на основе регрессионного анализа. Проведена проверка модели на адекватность. Результаты эмпирического исследования выявили наличие сильной прямой взаимосвязи между уровнем занятости и

объему капитальных инвестиций, что подтверждает гипотезу о необходимости стимулирования инвестиционных процессов для улучшения состояния занятости в стране. Математическая модель может эффективно применяться для прогнозирования состояния рынка труда при определении инструментов осуществления государственной политики занятости.

Ключевые слова: занятость населения, капитальные инвестиции, мультипликатор занятости, мультипликатор инвестиций, математическая модель, регрессионный анализ, корреляционное поле, коэффициент корреляции, прогнозирование

METHODOLOGICAL ASPECTS OF MODELING OF EMPLOYMENT RATE DEPENDENCE ON AMOUNT OF CAPITAL INVESTMENTS

Vitryak T.

The paper considers the methodological aspects of modeling of employment rate dependence on capital investments in Ukraine. The analysis of the previous researches of volume of employment is made. The directions for further research modeling processes in the labor market are defined. The main approaches of Keynesian school on influence of investments on a condition of employment of the population are generalized. On the basis of statistics the correlation model which showed dependence of employment on capital investment volumes is constructed. Dynamics and tendencies of these indicators is analysed. The mathematical model of dependence of an employment rate of the population on volumes of capital investments on the basis of the regression analysis is constructed. An adequacy of the model was diagnosed. Results of empirical research revealed a strong direct relationship between employment rate and capital investments amount that confirmed the hypothesis about the necessity to stimulate investment processes for employment improve. The mathematical model can be successfully employed in labor market forecasting for adopting measures and instruments of state employment policy.

Keywords: employment, capital investment, multiplier employment, multiplier of investments mathematical model, regression analysis, correlation field, the correlation coefficient, forecast

Постановка проблеми. Зайнятість населення є найважливішим макроекономічним показником. Проблема зайнятості населення нерозривно пов'язана як з людьми і їх трудовою діяльністю, так і з виробництвом, розподілом, присвоєнням і споживанням матеріальних благ.

Азіта Берар (Azita Verar), директор Департаменту МОП з питань політики зайнятості відмічає, що у найближчі 10 років, щоб працевлаштувати сьогоднішніх безробітних і тих, хто вийде за цей період на світовий ринок праці, необхідно створити близько 600 млн нових якісних робочих місць [3].

Глобальна фінансова криза загострила ряд проблем, пов'язаних із залученням капіталу у вітчизняну економіку. Відтік грошових коштів, брак готівки і падіння споживчого попиту в Україні призвели до зростання безробіття в багатьох галузях народного господарства.

Для виходу зі сформованого кризового стану, відновлення основних фондів і створення нових робочих місць необхідно підвищити інвестиційну привабливість вітчизняних підприємств і економіки в цілому, так як капітальні інвестиції є чинником економічного зростання і змінюють структуру, динаміку розвитку економіки країни.

У цьому контексті набуває великого значення моделювання взаємозалежностей між рівнем зайнятості населення та іншими макроекономічними показниками, що дасть змогу більш ґрунтовно визначити стимулюючі заходи при розробці та реалізації державної політики зайнятості.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Обсяг інвестицій є одним з основних факторів економічного зростання держави, створення додаткових робочих місць, структурної трансформації зайнятості, підвищення попиту на висококваліфіковані трудові ресурси. Проблема впливу інвестицій на рівень зайнятості займалися як зарубіжні так і вітчизняні науковці. Дж. Кейнса [1] довів залежність між споживанням, доходом, зайнятістю і капітальними інвестиціями. Публікації С. Бандура, Д. Богині, В. Брича, В. Геєця, А. Колота, Ю. Маршавіна [2], О. Грішньої, Л. Лісогор, Є. Лібанової, В. Нижника, В. Онікієнка, Н. Павловської, Л. Шевчук та інших вчених присвячені аналізу сфери зайнятості населення. Незважаючи на те, що проблеми регулювання зайнятості і ринку праці є предметом дослідження багатьох вітчизняних економістів, питання моделювання залежності рівня зайнятості населення та обсягів капітальних інвестицій в Україні залишаються актуальними.

Метою статті є обґрунтування методичних аспектів моделювання залежності рівня зайнятості населення від обсягів капітальних інвестицій.

Основні результати дослідження. В сучасних умовах суттєвої невизначеності, викликаної системним економічною кризою, яка зачепила не тільки національні, але і глобальну економіку, актуальним напрямком дослідження є виявлення взаємозв'язків факторів, що впливають на ринок праці.

Вплив інвестицій на зростання зайнятості населення було доведено ще Дж. Кейнсом, який розглядав цю взаємозв'язок як економічний ефект під назвою «ефект мультиплікатора». Він був виведений з концепції Р. Кана про «мультиплікатор зайнятості». Суть мультиплікатора полягала в збільшенні національного доходу зі збільшенням інвестицій. Кейнс назвав свій коефіцієнт «мультиплікатор інвестицій» – при прирості загальної суми інвестицій дохід збільшується на суму, що в K разів перевищує цей приріст інвестицій [1]. Інвестиції оздоровлюють і зміцнюють економіку країни в цілому, бо свідчить про довіру

інвесторів і стабільності держави. А так же є одним з ефективних шляхів вирішення проблем зайнятості.

Розвиток сучасної економіки України підтверджує це положення аналізом залежності рівня зайнятості населення від обсягу капітальних інвестицій (табл. 1).

Таблиця 1. Динаміка обсягу капітальних інвестицій та рівня зайнятості населення в Україні

Рік	Обсяг капітальних інвестицій у фактичних цінах, млрд грн		Рівень зайнятості населення віком 15–70 років (за методологією МОП)	
	млрд грн	коефіцієнт зростання	%	коефіцієнт зростання
2000	23,63	1,000	55,8	1,000
2001	32,57	1,379	55,8	1,000
2002	45,56	1,399	56,0	1,004
2003	59,90	1,315	56,2	1,004
2004	89,31	1,491	56,7	1,009
2005	111,17	1,245	57,7	1,018
2006	148,97	1,340	57,9	1,003
2007	222,68	1,495	58,7	1,014
2008	272,07	1,222	59,3	1,010
2009	192,88	0,709	57,7	0,973
2010	189,06	0,980	58,5	1,014
2011	259,93	1,375	59,2	1,012
2012	293,69	1,130	59,8	1,010
2013	267,73	0,912	60,3	1,008
2014	219,42	0,820	56,6	0,939
2015	273,12	1,245	64,7	1,143

Джерело: [5,6,7,8]

Наочне уявлення щодо взаємозалежності між обсягом капітальних інвестицій і рівнем зайнятості населення, визначеному за методологією МОП, дає графік (рис. 1).

Аналіз графіка, який відображає відповідні криві (рис. 1), свідчить про наявність тісного зв'язку між обсягом капітальних інвестицій і рівнем зайнятості населення. Протягом періоду 2000-2015 рр., має місце співпадіння зазначених показників у часі, напрямі й динаміці. Однак в періоди 2008-2009 рр. та 2013-2014 рр. спостерігається протилежна направленість динаміки зазначених показників. Ю. Маршавін відмічає, що інвестиційна діяльність є багатофакторним явищем, її компоненти можуть приходити у різні

співвідношення, породжувати різні комбінації похідних елементів у кількісному та якісному сенсах, а також взаємодіяти один з одним відповідно до синергетичної теорії. Саме цим пояснюється те, що поточні інвестиції можуть перетворюватися у нові робочі місця як одразу (на першому рівні впливу інвестицій на сферу зайнятості), так і після певного часу, необхідного для придбання і монтажу обладнання, укладання контрактів із постачальниками і споживачами, добору та навчання працівників (на другому рівні впливу) [2].

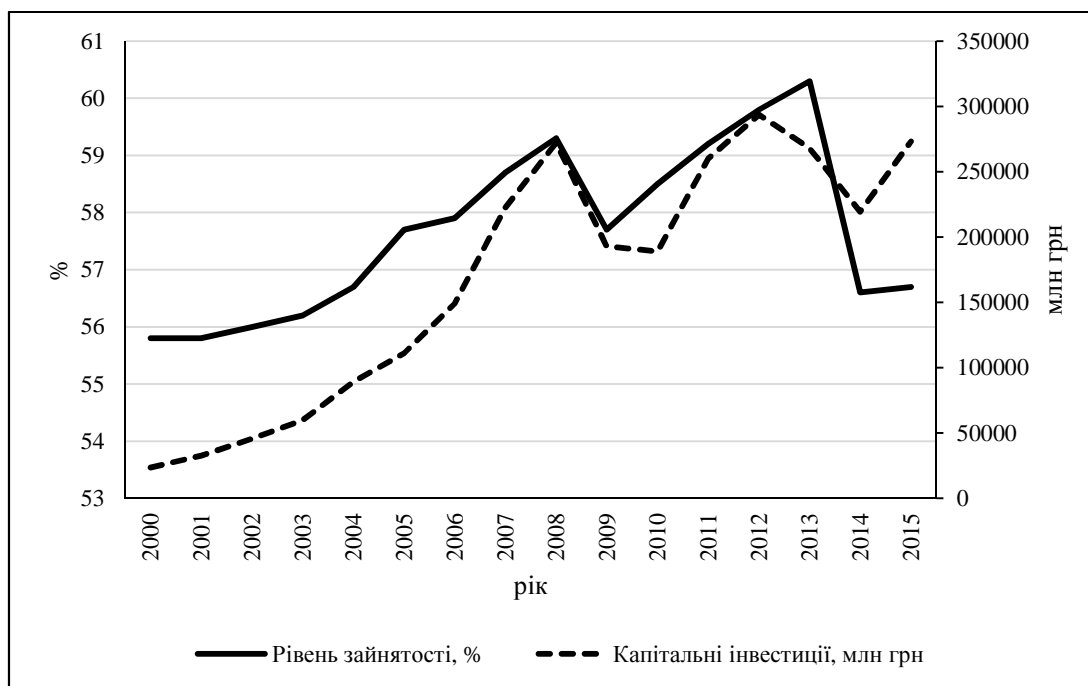


Рис. 1. Взаємозалежність між обсягом капітальних інвестицій і рівнем зайнятості населення

Джерело: розроблено автором

Для дослідження кількісної залежності рівня зайнятості населення від обсягів капітальних інвестицій доцільно обґрунтувати методологічні засади математичного моделювання цього зв'язку. Попереднє вивчення існуючих зав'язків та вибір типу математичної моделі потребує побудови кореляційного поля для змінних x – обсяги капітальних інвестицій, млрд грн, і результативного показника y – рівень зайнятості населення, % (рис. 2).

На графіку кожна точка віддзеркалює величини обсягу капітальних інвестицій і рівня зайнятості населення кожного року за період 2000-2015 рр., а сукупність точок результативної та факторної ознаки є полем кореляції.

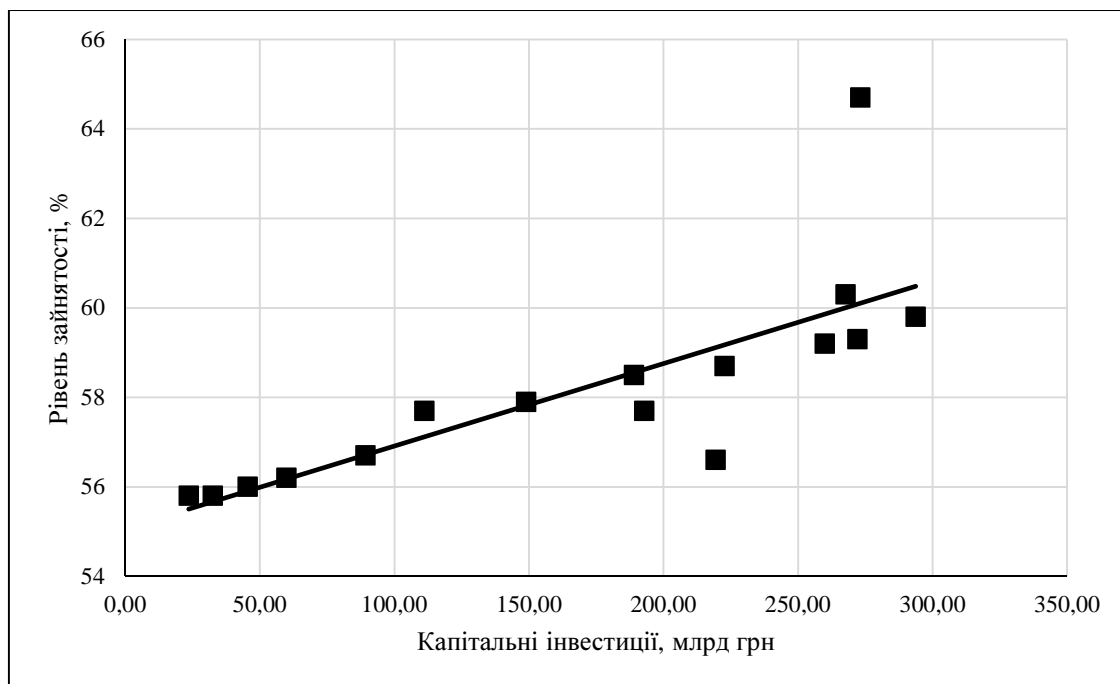


Рис. 2. Поле кореляції показників обсягу капітальних інвестицій і рівня зайнятості населення

Джерело: розроблено автором

Аналіз графічного зображення поля кореляції дає підстави для висунення гіпотези про наявність лінійного характеру зв'язку між зазначеними значеннями x і y . Рівняння парної регресії, що описує лінійну залежність між факторною і результативною ознаками, є рівнянням прямої, яке має такий вигляд [4]:

$$Y_x = a + bx,$$

де Y_x – залежна змінна, яка оцінюється або прогнозується (результативна ознака);

a – вільний член рівняння;

b – коефіцієнт регресії;

x – незалежна змінна (факторна ознака), яка використовується для визначення залежної змінної.

Параметри рівняння обчислюються на основі системи нормальних рівнянь методом найменших квадратів. В програмі Microsoft Excel за допомогою функції ЛИНЕЙН отримуємо рівняння регресії:

$$\tilde{Y}_x = 55,589 + 0,0124 x$$

Подальший аналіз пов'язаний з перевіркою значущості адекватності моделі. В програмі Microsoft Excel, надбудова Аналіз даних отримали основні характеристики моделі.

Оцінку тісноти зв'язку характеризує коефіцієнт кореляції $r=0,7995$, додатне значення якого свідчить про наявність прямого зв'язку. Оскільки обчислений коефіцієнт кореляції більший за критичне його значення ($0,7995 > 0,4683$), то з вірогідністю 95% можна стверджувати про статистично достовірну залежність між обсягом капітальних інвестицій і рівнем зайнятості населення. Згідно зі шкалою Чеддока, при значенні r від 0,70 до 0,89 зв'язок вважається сильним.

Уявлення про значущість факторних ознак свідчить дані t -статистики. Табличне значення t – критерію нормального розподілу при заданому рівні довірчої ймовірності 0,95 зі ступенем свободи $k=n-2=14$ становитиме $t_{\text{табл}}=2,1448$. Фактичне значення t – критерію (4,9811) вище табличного, що свідчить про те, що обраний фактори істотно впливає на результативний показник.

Економічний зміст коефіцієнта рівняння лінійної регресії $b=0,0124$ вказує середню зміну результативної ознаки y зі збільшенням факторної ознаки x на одиницю її виміру. Отримані параметри визначеної моделі свідчать, що зі збільшенням капітальних інвестицій на 100 млрд грн рівень зайнятості зростає на 1,24 %.

Коефіцієнт множинної детермінації $R^2=0,6393$ показує, що варіація рівня зайнятості населення в зв'язку зі обсягу капітальних інвестицій становить 63,93%. Для визначення випадковості наявних взаємозв'язків в моделі розглянемо F -критерії (24,81), який вищий за табличне значення (4,54) для даної ступені свободи $\alpha=0,05$ ($k_1=1$, $k_2=16-1=15$), тому приходимо до висновку, що дана модель може використовуватися для подальшої оцінки тенденцій ринку праці.

Практична цінність використання методики визначення залежності рівня зайнятості населення від обсягу капітальних інвестицій полягає у застосуванні запропонованої математичної моделі для короткострокового прогнозування. З метою перевірки адекватності визначеної моделі регресії здійснено розрахунок рівня зайнятості населення на 2016 р.

Загальний обсяг капітальних інвестицій відповідно даних Державної служби статистики за три місяці 2016 р. склав 51,592 млрд грн, що на 15,3% більше, ніж за аналогічний період 2015 р. Спираючись на загальні статистичні тенденції, за теоретичними розрахунками, капітальні інвестиції складатимуть від 280 до 314 млрд грн. Скориставшись математичною моделлю, прогнозований рівень зайнятості населення в 2016 р. коливатиметься у межах 58,14-59,49 %. За оцінками Державної служби зайнятості в I кварталі 2016 р. рівень зайнятості населення в Україні становив 58,5%, що досить близько до прогнозованого рівня.

Висновок. Запропонована математична модель розкриває кількісні параметри залежності рівня зайнятості населення від обсягів капітальних інвестицій. Перевірка моделі за допомогою прогнозного аналізу з використанням статистичних даних показала її

адекватність. Отже вона може ефективно застосовуватись для прогнозування стану ринку праці при визначенні заходів та інструментів здійснення державної політики зайнятості.

В умовах глобалізації зі збільшенням масштабів переміщення капіталу роль інвестицій, як важливого чинника економічного розвитку і змін на ринку праці зростає. Для покращення стану зайнятості населення країни необхідно створити систему пріоритетів, по якій вибір інвестиційного проекту буде здійснюватися з урахуванням створення максимальної кількості робочих місць.

Необхідна розробка методів і критеріїв розрахунку ефективності інвестиційних проектів не тільки з урахуванням прибутковості, але і з урахуванням їх внеску у вирішення проблем безробіття та дисбалансу попиту та пропозиції.

Таким чином можна зробити висновок про досить сильну взаємозалежність інвестиційної сфери та сфери зайнятості населення. І комплексне рішення проблем в даних сферах призведе до більш ефективного функціонування ринку праці і збільшення інвестиційних потоків в економіку країни в цілому.

1. Кейнс Дж. *Общая теория занятости, процента и денег* / Дж. Кейнс. – М. : Гелиос АРМ, 1999.

2. Маршавін Ю. М. *Інвестиції як інноваційно-технологічний базис продуктивної зайнятості* / Ю. М. Маршавін // *Інвестиції: практика та досвід: науково-практичний журнал*. – 2016. – Вип.5.

3. *Матеріали 103-ї міжнародної конференції праці [Електронний ресурс] // Міжнародна організація праці – офіційний веб-сайт. – Режим доступу : <http://www.ilo.org/ilc/ILCSessions/103/lang--en/index.htm>*

4. Петрацук М. М. *Використання методів кореляційно-регресійного аналізу для моделювання рівня фінансованого забезпечення інноваційної діяльності в Україні [Електронний ресурс] / М. М. Петрацук // *Ефективна економіка : електронне наукове фахове видання*. – 2013. - № 6. – Режим доступу: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=2139>*

5. *Праця України*. – К. : Державна служба статистики України, 2004.

6. *Праця України*. – К. : Державна служба статистики України, 2015.

7. *Статистичний щорічник України*. – К. : Державна служба статистики України, 2004.

8. *Статистичний щорічник України*. – К. : Державна служба статистики України, 2015.

Стаття надійшла до редколегії 21.06.2016 р.

УДК 330.14

Федулова І. В.,

д.е.н., професор,

кафедра менеджменту та адміністрування,

Національний університет харчових технологій, м. Київ

ДОСЛІДЖЕННЯ СТРУКТУРНИХ ЗМІН ЕФЕКТИВНОСТІ ВИКОРИСТАННЯ КАПІТАЛУ

В статті поставлена задача визначити підходи до аналізу капіталу за допомогою дослідження структурних зрушень. Структура капіталу підприємства визначається сукупністю його складових та зв'язками між ними. Ці зв'язки визначають внутрішню будову формування та організацію капіталу як цілісної системи. Пропонується для дослідження інтенсивності і масштабності розвитку структури капіталу використовувати коефіцієнти структурної і масштабної мобільності. Коефіцієнт структурної мобільності говорить про інтенсивність структурних змін капіталу підприємства, а коефіцієнт масштабної мобільності – про масштабність узагальненої оцінки капіталу. На основі зазначених оцінок можна обґрунтовувати стратегічні напрями розвитку окремих складових капіталу.

Ключові слова: капітал, структура капіталу, оцінка капіталу, коефіцієнт структурної мобільності, коефіцієнт масштабної мобільності.

ИССЛЕДОВАНИЕ СТРУКТУРНЫХ ИЗМЕНЕНИЙ ЭФФЕКТИВНОСТИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ КАПИТАЛА

Федулова И. В.

В статье поставлена задача определить подходы к анализу капитала с помощью исследования структурных сдвигов. Структура капитала предприятия определяется совокупностью его составляющих и связями между ними. Эти связи определяют внутреннее строение формирования и организации капитала как целостной системы. Предлагается для исследования интенсивности и масштабности развития структуры капитала использовать коэффициенты структурной и масштабной мобильности. Коэффициент структурной мобильности говорит об интенсивности структурных изменений капитала предприятия, а коэффициент масштабной мобильности - о масштабности обобщенной оценки капитала. На основе указанных оценок можно обосновывать стратегические направления развития отдельных составляющих капитала.

Ключевые слова: капитал, структура капитала, оценка капитала, коэффициент структурной мобильности, коэффициент масштабной мобильности.

RESEARCH OF STRUCTURAL CHANGES IN THE EFFECTIVENESS OF APPLICATION OF CAPITAL

Fedulova I.

This article aims to identify approaches to problem analysis of capital through the study of structural changes. The capital structure of the company is determined by a combination of its components and connections between them. These relationships define the internal structure of capital formation and organization as an integrated system. It is proposed to study the intensity and the scale of capital structure ratios use of structural and scale mobility. Structural mobility ratio suggests the intensity of structural changes in capital enterprise, mobility and the coefficient scale - the scale generalized estimation of capital. Based on these estimates can justify the strategic directions of development of individual components of capital.

Keywords: capital, capital structure, capital appreciation, coefficient of structure mobility, coefficient of scale mobility.

Постановка проблеми. Капітал як економічна категорія відома давно, але отримала новий зміст в умовах ринкових відносин. Він виступає головним економічним фактором створення і розвитку підприємства, у процесі свого функціонування, забезпечує інтереси держави, власників і персоналу і характеризує загальну вартість засобів у грошовій, матеріальній і нематеріальній формах, які інвестуються у формування його активів. В теперішній час в науковий обіг введено щонайменше чотири основні форми капіталу: економічний, людський, соціальний і інтелектуальний. Всі ці види капіталу в тій чи іншій ступені мають вищенаведені властивості.

Інституціональні підходи до визначення економічного капіталу розглядаються в правах власності, які розглядаються як легітимні права до використання господарських ресурсів і отриманих доходів, які в основі своїй дозволяють виділити формальні статуси власника або не власника міноритарного або мажоритарного акціонера.

В економічному капіталі зосереджена особа частина продуктивних сил – робоча сила, завдяки якій стає можливим виробництво прибавочної вартості. Робоча сила пов'язана в першу чергу з фізичним станом індивіда, який характеризується його здоров'ям, рівнем працездатності, фізичними і психічними властивостями. При цьому робоча сила, як властивість до праці, не зводиться тільки до вищеназваних властивостей. Кваліфікована робоча сила має сукупність таких особистісних професійних знань, умінь, навичок, які отримує в процесі освіти і підвищення кваліфікації.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Діагностика капіталу дозволяє комплексно оцінити ефективність використання ресурсів, які застосовуються підприємством для отримання наднормативного прибутку. Основними етапами такої діагностики є: визначення величини та дослідження структури капіталу; оцінка рівня капіталу підприємства; аналіз й оцінка показників формування та використання капіталу на основі детермінованої моделі; організаційно-інформаційне забезпечення процесу управління капіталу.

Однією з ознак капіталу є те, що він має ліквідність, а саме може перетворюватись у грошову форму незалежно від своєї первісної форми. Це відноситься до всіх типів формалізованого і неформалізованого капіталів. Відповідно до цього можна говорити про те, що будь-який капітал може бути оцінений.

Вартість є однією з основних ознак товару і вона виникає в процесі передачі права власності. Щоб продати права на використання капіталу або використати його у власному виробництві, необхідно провести його оцінку.

Мета статті. Визначити підходи до аналізу капіталу за допомогою дослідження інтенсивності і масштабності розвитку його структури.

Основні результати дослідження. Структура капіталу підприємства визначається сукупністю його складових та зв'язками між ними, що мають стійкий характер, визначають внутрішню будову його формування та організацію капіталу як цілісної системи. При дослідженні структура капіталу підприємства виступає як спосіб описання його організації з урахуванням основних зв'язків та функцій, які він виконує в процесі свого функціонування. Структура капіталу характеризується певною ієрархічністю так як кожен його компонент потрібно розглядати як систему (підсистему) більш широкої корпоративної системи.

Капітал складається із уречевленої і неуречевленої частини. Уречевлена – це фізичний і фінансовий капітал, а неуречевлена – це людський, інтелектуальний, споживчий, соціальний, тощо.

Немає єдиного погляду на те, що включати до неуречевленої частини капіталу і яким чином проводити його розподіл. Для цього потрібно розглянути сутність сучасних концепцій людського, інтелектуального і соціального капіталів і виявити яким чином було б доцільно структурувати капітал з приводу управління їм в цілому і зокрема його окремими складовими.

Особливостями формування системи оцінки капіталу підприємства є такі [1]:

– структура капіталу підприємства не є однорідною і, попри різні трактування фахівців, складається з різних елементів: структурних, ринкових і людських активів. Кожен з цих елементів ґрунтується на використанні комунікацій різних видів і ступеня інтенсивності інформаційних потоків;

– на рівень потенціалу та ефективність управління капіталом впливають технологічні, інформаційні, правові, економічні та соціальні чинники, вага яких може бути визначена в статистичній для окремого підприємства або в динаміці з певним ступенем невизначеності;

– більшість розроблених методів оцінювання капіталу мають універсальний характер, тобто були створені для оцінювання активів як таких. Хоча це не применшує їхньої корисності для оцінювання окремих (переважно структурних) елементів капіталу, однак свідчить про недостатній ступінь розвитку спеціальних методів оцінювання;

– ступінь розвитку системи комунікацій є визначальним чинником ефективності управління капіталом підприємства. Якісні комунікації (з технічного та соціального аспектів) забезпечують раціональне використання активів та їхній стійкий розвиток.

Капітал потрібно розглядати як інтелектуальні здібності та практичні навички (сукупність здатностей та знань, що отримані в процесі освіти та практичної діяльності людини), які мають економічну цінність і використовуються у виробничій системі, а також зв'язки між людьми та норми довіри і поведінки від яких залежить механізм соціальної взаємодії, взаємовідносини індивідів щодо визначення власності, розподілу прав та відповідальності, які створюють унікальні конкурентні переваги і орієнтовані на задоволення потреб суспільства, з метою створення економічного потенціалу й одержання доходу.

Оцінка капіталу на конкретний об'єкт складової частини капіталу у конкретному випадку їхнього використання досить складна процедура й у кожному випадку вимагає унікального рішення задачі. Однак при усьому різноманітті таких випадків існує три загально визначені підходи до оцінки: витратний підхід, порівняльний (ринковий) підхід, дохідний підхід.

Як бачимо, серед розглянутих методичних підходів до оцінки капіталу чітко прослідковуються такі способи оцінки:

1. Знаходяться витрати на створення даного виду капіталу, дохід, який отримано внаслідок використання цього капіталу в процесі виробництва і на основі всього вище зазначеного визначається норма прибутку (коефіцієнт, на основі якого можна визначити участь капіталу у створенні прибутку).

2. Знаходиться дохід, який отримано внаслідок використання даного виду капіталу в процесі виробництва, на основі коефіцієнту прибутковості даного виду капіталу можна визначити необхідний обсяг інвестицій у створення даного виду капіталу.

3. Знаходяться витрати на створення даного виду капіталу, на основі коефіцієнту прибутковості даного виду капіталу можна визначити дохід, який отримано внаслідок використання даного виду капіталу в процесі виробництва.

Можна розподілити всі методи на такі, де можна чітко визначити витрати або інвестиції на створення даного виду капіталу і ті, де неможливо це здійснити на основі

звичайної фінансової звітності. Ці витрати можна вважати мінімальною базою оцінки капіталу із врахування методу нарахування прибутку, серед яких розглядались такі: капіталізації доходів, дисконтування, роялті, норми прибутку, норми ефективності, комерційної значущості.

Визначити наскільки інтенсивне відбуваються структурні зміни ефективності використання капіталу на підприємстві можна за допомогою показника, який визначає і характеризує зміну структури в цілому, тобто структурне зрушення або інтенсивність змін структури – це коефіцієнт структурних змін. Його можна знайти за формулою [2]:

$$K_{\text{ІНТ}} = S_{w_i - w_0} = \sqrt{\frac{\sum_{i=1}^k (w_{1i} - w_{0i})^2}{k}}$$

де w_{1i} , w_{0i} – відповідно питома вага i -тої структурної компоненти ефективності використання корпоративного капіталу в поточній і базовій структурі ;

k – кількість структурних компонент.

Цей квадратичний коефіцієнт чутливо реагує на сильні коливання структури і менш залежить від впливу так званих «викидів» у вибірці.

Коефіцієнти структурних зрушень дозволяють зробити узагальнену оцінку швидкості зміни питомої ваги окремих частин сукупності і являють собою якісні структурні зміни в процесі дослідження структури інтегрального показника ефективності використання корпоративного капіталу. Вони показують, на скільки процентних пунктів в середньому відхиляються один від одного порівнювані питомі ваги. У випадку, якщо зміни в структурі ефективності використання корпоративного капіталу по окремим складовим капіталу в часовому періоді не відбуваються або відбуваються незначно, то коефіцієнт структурних зрушень близький до нуля [3]. Верхньої межі змін коефіцієнт структурних зрушень не має. Чим вище цей коефіцієнт, тим більші зміни можна спостерігати в структурі даного інтегрального показника, і, відповідно, на підприємстві відбуваються зміни стратегічних напрямлень розвитку окремих складових капіталу.

На думку Казинця Д.С. [4] коефіцієнт структурних зрушень показує на незначні структурні зрушення у стійкій досліджуваній системі, якщо він менш за 2%. У протилежному випадку, коефіцієнт структурних зрушень показує суттєві структурні зміни. Це можна говорити і про структурні зміни в ефективності використанні капіталу.

За інших однакових умов чим вища інтенсивність зрушення в економічній структурі, тим більше структуроутворюване значення воно визначає для розвитку даної структури. Поняття інтенсивності дозволяє вирішувати проблеми, які виходять із протиріч структурних зрушень: із двох суперечливих зрушень у структурі домінуючу роль відіграє більш

інтенсивне, і в умовах відносно замкнутої економічної системи маса його буде збільшуватись, тоді як маса протилежного йому протизрушення – зменшуватись [4].

В процесі оцінки швидкості структурних зрушень доцільно також врахувати і фактор масштабності використання капіталу. Для цього в [5] пропонується використовувати коефіцієнт структурної мобільності ($K_{см}$):

$$K_{см} = K_{інт} * I_n$$

де I_n – індекс зростання сумарної доданої вартості.

В якості індексу зростання доданої вартості пропонуємо використовувати індекс зростання (зменшення) чистого доходу від реалізації продукції.

На даному етапі важливим є визначення масштабної мобільності ефективності використання капіталу ($K_{мм}$), для цього, на нашу думку, можна використовувати формулу:

$$K_{мм} = I_k * I_n$$

де I_k – індекс зростання (зменшення) капіталу на підприємстві.

Виходячи із того, що коефіцієнт структурної мобільності говорить про інтенсивність структурних змін капіталу підприємства, а коефіцієнт масштабної мобільності – про масштабність узагальненої оцінки капіталу, то тут можуть логічно виникати різні ситуації, які показані в табл. 1.

Якщо рівень структурної мобільності високий і вище середнього рівня і рівень масштабної мобільності капіталу високий, то найкращою стратегією розвитку капіталу буде стратегія розвивати визначені структуроутворюючі структурні компоненти шляхом зосередження всіх зусиль саме на них. Так як ця структуроутворююча компонента сприяє розвитку капіталу загалом і її ефективність можна продовжувати нарощувати доки вона не вичерпає своїх можливостей.

Якщо рівень структурної мобільності капіталу високий, а рівень масштабної мобільності капіталу високий або вище середнього, то використовується таки самий напрям стратегічного розвитку капіталу.

Якщо рівень структурної мобільності капіталу середній, а рівень масштабної мобільності капіталу високий, вище середнього або середній; рівень структурної мобільності капіталу вище середнього, а рівень масштабної мобільності капіталу вище середнього і середній рівень, то стратегією тут може бути розвиток конкретної структурної компоненти, яку можна визначити на основі додаткового аналізу, а доки розвивати капітал загалом. Ця ситуація характеризується тим, що існує певний рівень невизначеності щодо пріоритетності направлення подальшого розвитку і важливою задачею зараз є саме визначення неї.

Таблиця 1. Матриця «рівень структурної мобільності – рівень масштабної мобільності» капіталу

Рівень масштабної мобільності корпоративного капіталу	Рівень структурної мобільності корпоративного капіталу			
	Високий	Вище середнього	Середній	Низький
Високий	Розвивати визначені структуроутворюючі структурні компоненти шляхом зосередження всіх зусиль	Розвивати визначені структуроутворюючі структурні компоненти шляхом зосередження всіх зусиль	Існує певний рівень невизначеності щодо пріоритетності розвитку конкретної структурної компоненти, потрібен додатковий аналіз, а доки розвивати капітал загалом	Активний розвиток капіталу загалом по всім структурним напрямкам
Вище середнього	Розвивати визначені структуроутворюючі структурні компоненти шляхом зосередження всіх зусиль	Існує певний рівень невизначеності щодо пріоритетності розвитку конкретної структурної компоненти, потрібен додатковий аналіз, а доки розвивати капітал загалом	Існує певний рівень невизначеності щодо пріоритетності розвитку конкретної структурної компоненти, потрібен додатковий аналіз, а доки розвивати капітал загалом	Активний розвиток капіталу загалом по всім структурним напрямкам
Середній	Визначені структуроутворюючі фактори вичерпали або вже вичерпують можливості, утримувати їх на існуючому рівні або пошук нових можливостей розвитку серед системо утворюючих факторів другого порядку	Існує певний рівень невизначеності щодо пріоритетності розвитку конкретної структурної компоненти, потрібен додатковий аналіз, а доки розвивати капітал загалом	Існує певний рівень невизначеності щодо пріоритетності розвитку конкретної структурної компоненти, потрібен додатковий аналіз, а доки розвивати капітал загалом	Пошук нових можливостей розвитку капіталу, або створення системо утворюючих факторів
Низький	Визначені структуроутворюючі фактори вичерпали або вже вичерпують можливості, утримувати їх на існуючому рівні або пошук нових можливостей розвитку серед системо утворюючих факторів другого порядку	Визначені структуроутворюючі фактори вичерпали або вже вичерпують можливості, утримувати їх на існуючому рівні або пошук нових можливостей розвитку серед системо утворюючих факторів другого порядку	Пошук нових можливостей розвитку капіталу, або створення системо утворюючих факторів	Пошук нових можливостей розвитку капіталу, або створення системо утворюючих факторів

Якщо рівень структурної мобільності капіталу низький, а рівень масштабної мобільності капіталу середній або низький, то найбільш оптимальною стратегією розвитку капіталу буде пошук нових можливостей розвитку капіталу, або створення системоутворюючих факторів. Це виходить із того, що відсутні структурні зрушення у капіталі, і, відповідно, немає системоутворюючих факторів, а капітал загалом розвивається повільно і тому підприємству потрібно зосередитись на пошуку тих факторів, які найбільше сприяють розвитку капіталу.

Якщо рівень структурної мобільності капіталу високий, а рівень масштабної мобільності капіталу низький або рівень структурної мобільності капіталу середній, а рівень масштабної мобільності капіталу низький, то найбільш оптимальною стратегією розвитку капіталу буде пошук нових можливостей розвитку серед системоутворюючих факторів другого порядку. Визначені структуроутворюючі фактори вичерпали або вже вичерпують можливості і потрібне додаткове визначення факторів, які найбільше сприяють розвитку капіталу і пошук потрібно провести серед системоутворюючих факторів другого порядку.

Висновок. При аналізі змін структури капіталу за визначений проміжок часу необхідно дослідити зрушення за кожний період окремо, а також визначити роль структурних зрушень у окремі періоди відносно загальної тенденції, а саме оцінити їхній внесок у формування певного зрушення.

Визначення інтенсивності структурних змін ефективності використання капіталу разом з узагальненою оцінкою ефективності використання капіталу дозволить обґрунтовувати напрями стратегічні напрями розвитку окремих складових капіталу і капіталу загалом.

1. Босак А.О. *Інтелектуальний капітал підприємства: комунікаційний аспект* / А.О. Босак // *Вісник Національного університету «Львівська політехніка»*. 2008. – № 635 (40).

2. Елисеєва И. И. *Общая теория статистики: [учебник]* / И. И. Елисеєва, М. М.Юзбашев; под ред. И. И. Елисеєвой. – М.: *Финансы статистика*, 2004.

3. Полуянова Е. И. *Анализ структурных сдвигов привлечения прямых иностранных инвестиций по видам экономической деятельности в Украине и мире* / *Теоретичні і практичні аспекти економіки та інтелектуальної власності: зб. Наук. праць: у 3-х т. - Маріуполь, 2013. - Вип. 1, Т. 1.*

4. Казинец Л. С. *Темпы роста и структурные сдвиги в экономике* / Л. С. Казинец . – М.: *Экономика*, 1981.

5. Коломицева О. В. *Економічна оцінка структурних зрушень у соціально-економічних системах* / О. В. Коломицева // *Бізнес-інформ. - 2011. – № 6.*

6. Алимов О. М. *Структура промислового виробництва в системі ринкової економіки* / О. М.Алимов, Н. П. Гончаров, В. В. Лобанов. – К.: *НАН України, Інститут економіки*, 2000.

7. Анисимова О. Н. Проблемы оценки интеллектуального потенциала промышленных предприятий / О. Н. Анисимова // *Бізнесінформ*. – 2012. – № 6.

8. Школа В. Ю. Роль інтелектуального капіталу у забезпеченні розвитку інноваційної соціально-економічної системи / В. Ю. Школа, В. О. Щербаченко // *Соціально-економічна мотивація інноваційного розвитку регіону: [монографія] / за ред. О.В. Прокопенко*. – Суми : Сумський державний університет, 2012.

Стаття надійшла до редколегії 02.07.2016 р.

УДК 336.7

Шевченко Ю. А.,

*аспірантка, кафедра міжнародних фінансів,**Київський національний економічний**університет ім. В. Гетьмана, м. Київ*

ФОРМУВАННЯ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ПОВЕДІНКИ ТНК У ГЛОБАЛЬНОМУ СЕРЕДОВИЩІ

В статті розкрито основні проблеми сутності існування сучасного глобального середовища в розрізі міжнародного інвестування ТНК, що впливає на основні напрямки діяльності компаній та місць розташування своїх дочірніх компаній. Досліджена сучасна структура глобального середовища в умовах нестабільності та турбулентності, яка постійно видозмінюється під викликами сучасності. Спроектовано інвестиційне середовище, яке безпосередньо існує як частина економічного середовища певної приймаючої країни та створює умови для ефективного функціонування ТНК як єдиної залежної системи підприємств. Проаналізовано зміну інвестиційної поведінки в умовах глобального турбулентного середовища та певні майбутні зміни в даному аспекті.

Ключові слова: інвестиційна поведінка, глобальне середовище, інвестиції, ТНК, економічне середовище, фактори, волатильність, адаптація

ФОРМИРОВАНИЕ ИНВЕСТИЦИОННОГО ПОВЕДЕНИЯ ТНК В УСЛОВИЯХ ГЛОБАЛЬНОЙ СРЕДЫ

Шевченко Ю. А.

В статье раскрыты основные проблемы понятия существования современной глобальной среды в разрезе международного инвестирования ТНК, которая влияет на основные направления деятельности компаний и мест расположения своих дочерних компаний. Исследована современная структура глобальной среды в условиях нестабильности и турбулентности, которая постоянно видоизменяется вследствие появления вызовов современности. Спроектирована инвестиционная среда, которая непосредственно существует как часть экономической среды определенной принимающей страны и создает условия для эффективного функционирования ТНК как единой зависимой системы предприятий. Проанализировано изменение инвестиционного поведения в условиях глобальной турбулентной среды и некоторые будущие изменения в данном аспекте.

Ключевые слова: инвестиционное поведение, глобальная среда, инвестиции, ТНК, экономическая среда, факторы, волатильность, адаптация

THE CREATION MNC'S INVESTMENT BEHAVIOUR IN THE GLOBAL ENVIRONMENT

Shevchenko Y.

The article is devoted to the basic problems of the modern concept of the existence of the global environment in the context of MNC's international investment, which affects the basic directions of activity of the companies and locations of its subsidiaries. It studied a modern structure of the global environment in the conditions of instability and turbulence, which is constantly changing as a consequence of the emergence of modern challenges. It emphasized on the role of investment in the modern economic activity. It highlighted the key factors that affect the investment decisions of MNCs. The global environment is the main area of operation of multinationals today, which in different ways and with different force affects the performance highlights of MNCs. It designed investment environment, which itself exists as part of the particular economic environment of the host country and create conditions for the effective functioning of the MNC as a single enterprise dependent system. Therefore, there is a problem in the studying of the basic structural elements of the environment in terms of economic, political, environmental and cultural spheres. Each in its own way influences the activity of MNCs and corrects the basic strategy of the operation of enterprises in the future. We analyzed the change of investment behaviour in the global turbulent environment and some future changes in this aspect. We described the creation of investment behaviour in the different unexpected situations.

Keywords: investment behaviour, the global environment, investment, MNC, the economic environment, factors, volatility, adaptation

Постановка проблеми. В сучасних умовах існує велике різноманіття умов, факторів успішного функціонування транснаціональних компаній, які необхідно компаніям враховувати та з найбільшою точністю використовувати як конкурентні переваги на міжнародному ринку. Внаслідок цього, так як кожна країна має власні особливості та характеристики, утворюється глобальне середовище, яке впливає на діяльність кожного суб'єкта міжнародних економічних відносин та постійно коригує напрямки здійснення даних дій.

Але, як відомо, на сучасному етапі економічного розвитку головними суб'єктами інвестування, торгівлі та надання послуг виступають ТНК. Тому що ТНК мають у своєму розпорядженні набір інструментів управління та виробництва, пристосовуючись до того середовища в якому їм потрібно отримувати вигоди та зменшувати ризики до мінімуму. І

тому внаслідок зростання генерації нових ідей, інновацій компаніям слід ретельно співставляти усі переваги та недоліки від розміщення власних фінансових ресурсів, так як вони є основною ліквідною формою оборотних активів.

Також ТНК, як цілій залежній системі, необхідно враховувати не тільки середовище певної країни в розрізі економічному, але брати до уваги в своїй діяльності також політичні, екологічні та культурні аспекти глобального середовища. Тому звідси впливає актуальність даного дослідження та необхідність у ретельному та глибокому вивченні цього питання.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Розробкою та дослідженням взаємодії глобального середовища та інвестиційної поведінки ТНК займалися багато зарубіжних та вітчизняних вчених таких як: Р.Гріффін [1], П.Друкер [3], К.Камерон [5], Д.Лук'яненко [6], О.Мозговий [6], М.Пастей [1], Л.В.Руденко-Сударева [7] та інші.

Дані дослідження є цікавими, ґрунтовними в розрізі прийняття найоптимальніших управлінських рішень щодо здійснення ТНК конкурентоспроможного виробництва, інвестування та культурної оцінки приймаючої країни. Розкриваються основні характеристики новизни в менеджменті ТНК, створення сучасної організаційної структури системи підприємств, а також досліджується глобальне середовище, яке безпосередньо впливає на вибір та розташування об'єкту міжнародного інвестування ТНК.

Але в умовах постійних змін та коливань на світовому фінансовому ринку перед ТНК виникають нові виклики глобальної спільноти, змінюється попит і пропозиція на товари та послуги ТНК, що вимагає від них постійної адаптації до нових умов. Внаслідок цього і виникає необхідність у більш детальному та глибокому вивченні питання щодо взаємодії ТНК та глобального середовища в розрізі інвестиційної поведінки.

Метою статті виступає ґрунтовне дослідження основної структури глобального середовища та її впливу на інвестиційну поведінку ТНК, загальних умов функціонування сучасної діяльності ТНК, а також можливих майбутніх змін в інвестиційних пріоритетах компаній за рахунок адаптації до глобальних викликів.

Основні результати дослідження. Формування сучасного стану світового ринку товарів, робіт та послуг, а особливо міжнародного інвестування стало наслідком тривалого трансформаційного розвитку світової економіки, починаючи від розбудови її після Великої депресії (1929-1933 рр.), Другої Світової війни та локальних криз, наприклад, Азійської кризи (1997-1998 рр.) та закінчуючи посткризового етапу світової фінансової кризи 2008 року.

Дані коливання світового фінансового ринку дають поштовх ТНК ретельно вивчати сучасне глобальне середовище, враховуючи абсолютно всі елементи даного утворення, особливо, що стосується розміщення інвестицій ТНК в приймаючій країні.

Взагалі, можна визначити, що глобальним середовищем називається сукупність факторів, інститутів, умов, які впливають на діяльність суб'єктів міжнародних економічних відносин.

Так, відповідно до дослідження Л. В. Руденко-Сударєвої, у міжнародному бізнесі під зовнішнім середовищем розуміють сукупність факторів, які впливають на компанію із-зовні і при цьому вони можуть бути сприятливими для її ефективної діяльності або можуть бути руйнівними. І тому при визначенні елементів зовнішнього середовища і полегшення врахування їхнього впливу на ТНК зовнішні фактори поділяються на фактори прямого та непрямого впливу [7].

Згідно дослідження, Л.В.Руденко-Сударєвої, фактори середовища прямого впливу впливають на операції і самі піддаються прямому впливу операцій, що здійснюються ТНК. В свою чергу середовище непрямого впливу містить в собі фактори, що не впливають прямо на проведення операцій ТНК, але їхня дія на фактори прямого впливу змінює ефективність даних операцій [7].

В даному випадку можна зазначити, що дійсно будь-яке середовище складається з сукупності елементів, які коригують та направляють діяльність ТНК у відповідності до змін, які відбуваються в глобальному середовищі, так як система є єдиним взаємозалежним ланцюгом елементів, коли якісь дисбаланси в одному з них викликає погіршення ситуації всієї системи [8].

Оцінивши зовнішню та внутрішню структуру середовища, ТНК може скласти довгострокові та короткострокові плани та стратегії на майбутню діяльність, тим самим використовуючи різноманітні інструменти сучасного менеджменту для збереження конкурентних переваг на світовому ринку.

Відповідно до вчень П. Друкера, для отримання найкращих переваг від використання внутрішніх факторів компанії, діяльність та структура ТНК повинна бути побудована на ряді принципів [3].

Відповідно до першого, то організаційна структура ТНК повинна бути прозорою, де службовцям необхідно знати і розуміти структуру установи, в якій працюють.

Другий розкриває те, що в організації обов'язково має бути особа, яка приймає кінцеві рішення в сфері своєї компетенції. І також необхідно, щоб був працівник, який бере на себе керівництво в кризовій ситуації.

Третій принцип відображає те, що кожен працюючий повинен мати тільки одного керівника. Існує також ще один важливий структурний принцип, відповідно до якого кількість рівнів структури ТНК повинно бути мінімальним [3].

Таким чином, відповідно до цих принципів, можна зазначити, що інвестиційна діяльність повинна здійснюватися на підприємстві спеціально утвореним відділом та

керівником, які разом з іншими підрозділами ТНК, як і в країні базування так і в приймаючій країні приймуть найкраще рішення щодо розміщення інвестицій та вибору форми інвестування.

Тоді, зовнішнє, тобто глобальне середовище, в якому здійснюється інвестиційна діяльність ТНК, на наш погляд, можна охарактеризувати як сукупність країн, ринків, де розміщується основна маса інвестицій та міжнародних організацій, які проводять регулювання шляхом публікації великої кількості правил для розміщення інвестицій та щорічних звітів, які описують поточну ситуацію на ринках прямого та портфельного інвестування.

І в цьому розрізі, спираючись на дослідження Л. В. Руденко-Сударєвої, ТНК змушені проводити свою діяльність за умов існування багатовекторного правового, економічного, політичного та культурного середовища [7].

Тоді економічне середовище складається з різноманіття економічних факторів та показників макроекономічної ефективності країн, де розміщуються інвестиції. Відповідно до даних Світового банку, в країнах, які є найбільш інвестиційно привабливими, ВВП на душу населення за 2011-2014 рр. коливається приблизно від 50 000 дол. США на душу населення до 1 500 дол. США [4], як видно з табл. 1.

Таблиця 1. Динаміка ВВП на душу населення за 2011-2014 рр.

Назва країни	Роки			
	2011	2012	2013	2014
Бразилія	13 042.04	11 922.5	11 711.0	11 384.4
Індія	1 471.7	1 449.7	1 455.1	1 581.5
Канада	52 086.5	52 733.5	52 305.3	50 235.4
Китай	5 574.2	6 264.6	6 991.9	7 590.0
Нова Зеландія	37 896.9	39 505.0	42 308.2	44 342.2
Німеччина	49 593.6	44 010.9	46 441.7	47 821.9
США	49 781.4	51 456.7	52 980.0	54 629.5
Україна	3 569.8	3 855.4	4 029.7	3 082.5
Франція	43 807.5	40 850.4	42 627.7	42 732.6
Японія	46 203.7	46 679.3	38 633.7	36 194.4

Джерело: складено на основі [4; 2]

Як бачимо, Нова Зеландія, Франція, Німеччина, США, Канада є країнами з найбільшими показниками ВВП на душу населення з числа обраних досліджуваних країн. Проте ВВП на душу населення в Японії останнім часом знижується, починаючи з 2013 року. В Україні тим часом ВВП на душу населення в 2014 році склав лише 3 082.5 дол. США на душу населення, що означає, що один елемент економічного середовища є не надто

привабливим для інвестування, але за одним показником не можна охарактеризувати економічне середовище приймаючої країни.

Аналізуючи напрацювання Л. В. Руденко-Сударевої, основним елементом економічного середовища є фінансовий ринок, за допомогою якого і здійснюється оборот інвестиційний потоків між різними суб'єктами економіки [7].

В свою чергу, відповідно до розробок Р. Гріффіна та М. Патея, основними факторами економічного середовища, а особливо прийняття правильного управлінського рішення ТНК щодо розміщення прямих іноземних інвестицій виступають: фактори пропозиції, фактори попиту і політичні фактори [1].

Тобто ухвалення в компанії рішення про використання прямого інвестування капіталу, як способу виходу на міжнародний ринок, залежить насамперед від чинників попиту до яких Р. Гріффін відносить витрати виробництва, логістику, наявність природних ресурсів і доступ до основних технологій.

Тоді до факторів пропозиції відносяться, як видно з рис. 1, доступ споживачів до послуг та товарів компанії, маркетингові переваги, використання конкурентних переваг та мобільність замовників.

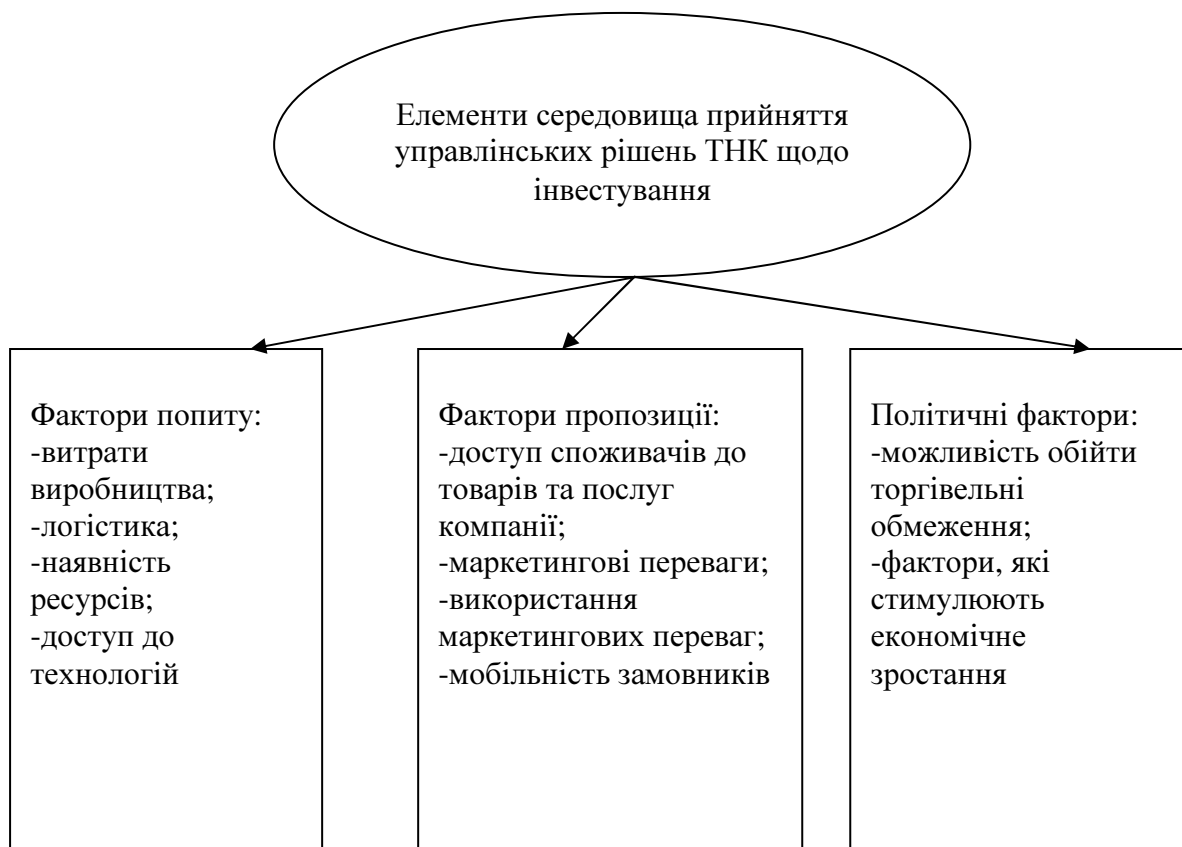


Рис.1 Елементи середовища прийняття управлінських рішень ТНК щодо інвестування за Р.Гріффіном

Джерело: складено на основі [1]

Але в розрізі інвестиційної поведінки ТНК також важливо досліджувати політичне середовище, яке займає велику роль в ухваленні компанією рішення щодо розміщення власних інвестицій в певній країні.

Політичне середовище є досить містким та на сьогоднішній час сильно впливає на вибір країни, де будуть розміщуватися майбутній інвестиції. Наприклад, локальні конфлікти, нестабільність законодавчої бази спричиняє відштовхування інвесторів та зниження інвестиційної привабливості країни, де можуть бути розташовані інвестиції.

Відповідно до цього, більшість демократично обраних органів влади (місцевих, регіональних або державних) зацікавлені в забезпеченні економічного добробуту своїх громадян. Державні органи приймаючих країн пропонують компаніям пільги, які покликані мотивувати їх до розміщення нових підприємств в межах їх юрисдикції. Пільги, що пропонуються компанії урядом та іншими органами влади можуть стати важливим катализатором процесу міжнародного інвестування. У число таких пільг можна занести так як: низька плата за комунальні послуги, програми підготовки робітників і службовців, вдосконалення інфраструктури (наприклад, будівництво нових шосе або залізниць), а також зниження податків або тимчасове звільнення від сплати податків [1].

Тому, щоб зменшити вплив політичного середовища, згідно з К. Камероном, для правильного прийняття рішення щодо розміщення інвестицій необхідно також враховувати і корпоративну культуру компанії, а також культура має потужний вплив на виробничі показники діяльності і довгострокову ефективність підприємств [5].

Тоді як Д. Лук'яненко та О. Мозговий вважають, що основними рушіями прийняття оптимального рішення та здійснення міжнародної діяльності ТНК виступають мотивація вищого керівництва за допомогою компенсаційних пакетів, який складається з посадового окладу, доплат і надбавок, премій, соціальних виплат і заохочень, опціонів чи пакета акцій. У західних компаніях суттєву частку винагороди топ-менеджерів становлять довгострокові виплати, розмір яких залежить від збільшення вартості капіталу компанії (ринкової ціни акцій) і досягнення довгострокових цілей [6].

Таким чином правильний вибір інструментів управління керівниками ТНК може зменшити вплив глобального середовища, а особливо економічного та політичного середовищ.

Але як зазначалося вище, без врахування культурного середовища не можливо побудувати точну стратегію розташування інвестицій, так як культурні особливості в деяких країнах сильно змінюють інвестиційну поведінку ТНК, навіть в деяких випадках визначають успіх іноземного інвестування.

В даному випадку основними елементами культури є: елементи матеріальної культури, мова, естетика, освіта, релігія, відносини і цінності, громадські організації тощо. Структуру культури, яка притаманна більшості країн можна побачити на рис. 2.

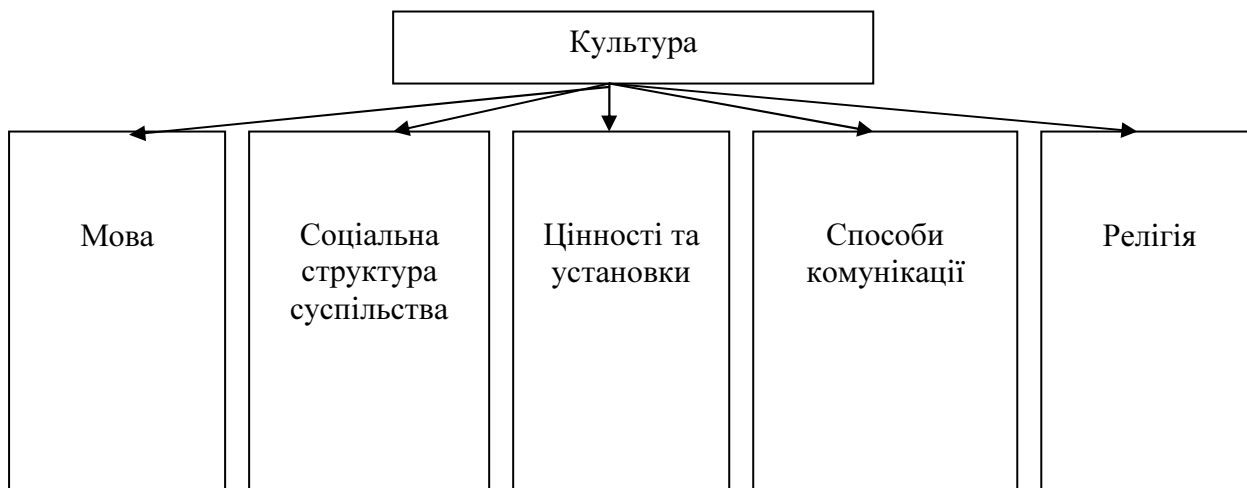


Рис.2. Елементи культури

Джерело: складено на основі [1]

Тому для успішного функціонування ТНК у сфері міжнародного інвестування, адаптації до нових змін у глобальному турбулентному середовищі необхідно дотримуватися повного вивчення середовища, в якому функціонує ТНК. В подальшому перед ТНК виникатимуть нові проблеми, що будуть пов'язані, наприклад з асиміляцією різних культур, запровадженням міжнародними організаціями нових правил ведення бізнесу, виникненням глобальних проблем людства, які ТНК будуть покликані вирішувати.

Висновок. Здійснення аналізу взаємодії глобального середовища та інвестиційної поведінки ТНК, дає можливість зробити висновки про те, що середовище, яке впливає на діяльність дочірніх компаній ТНК та інших підрозділів має складну структуру та вимагає глибокого дослідження в розрізі різних аспектів.

На інвестиційну поведінку ТНК здійснюють свій вплив економічне, політичне, культурне середовище, а також взаємозалежна організаційна структура ТНК, мотивація топ-менеджменту. Тому подальші наукові дослідження допоможуть розробити рекомендації щодо прийняття правильного управлінського рішення.

1. Griffin R.W. *International business* / R. W. Griffin, M. Pustay. - US: Pearson, New Jersey, 2013.

2. *Report Doing Business 2016 Measuring regulatory quality and efficiency* [Electronic source]. - Retrieved from: <http://www.worldbank.org/en/publication>

3. Друкер П. *Задачи менеджмента в XXI веке* / П. Друкер; [пер. с англ. и ред. Н. М. Макарова]. - К. : Издательский дом "Вильямс", 2003.
4. *Звіт Світового банку за 2015 рік* [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://web.worldbank.org>
5. Камерон К. *Диагностика и изменение организационной культуры* / К. Камерон, Р. Куинн; [пер. с англ. под ред. И. В. Андреевой]. — СПб: Питер, 2001.
6. Лук'яненко Д. *Мотивація топ-менеджменту глобальних корпорацій* / Д. Лук'яненко, О. Мозговий, М. Бурмака // *Міжнародна економічна політика*. - 2015. - № 2.
7. Руденко-Сударєва Л. В. *Управління потоками капіталів у сучасній бізнес-моделі функціонування транснаціональних корпорацій* : [монографія] / Л. В. Руденко-Сударєва. – К.: Кондор, 2009.
8. Шумпетер Й. *Теорія економічного розвитку: дослідження прибутків, капіталу, кредиту, відсотку та економічного циклу* / Й. Шумпетер ; [пер. з англ. В. Старка]. - К. : Києво-Могилянська академія, 2011.

Стаття надійшла до редколегії 19.06.2016 р.

УДК 65.018:655.15.01

Gutkevych S.,

*Doctor of economic sciences, Professor,
Head of the Department of International Economics,
National University of Food Technologies, Kyiv*

Punchak L.,

*PhD (in Economics), senior teacher,
Department of Publishing Management, Printing and Bookselling,
National Technical University of Ukraine "KPI", Kyiv*

MODEL OF PRODUCT QUALITY MANAGEMENT

In this study, the authors have researched the role of quality in the macro and micro levels of management to ensure the efficiency of the enterprises of the printing industry. Three main ways to increase the efficiency of enterprises by improving the organizational structure of management, improving the product competitiveness and modernization of material-technical base have been identified. The need of modelling the process of adoption of management decisions as a result of activity of enterprises specialists that influences the quality of end products of the enterprises is defined. The authors found that these trends may be the basis for the model of product quality management for printing enterprises, which will determine the prospects for the development of enterprises by improving both the quality of products and activities of enterprises in general.

Keywords: efficiency, quality management, model, printing enterprises, management decisions, economic-mathematical modelling, Ukraine

МОДЕЛЬ УПРАВЛІННЯ ЯКІСТЮ ПРОДУКЦІЇ

Гуткевич С.О., Пунчак Л.А.

Дан аналіз якості продукції, яка є основою ефективності діяльності підприємств, в тому числі поліграфічних. Визначено три головних способи підвищення ефективності підприємств: покращення організаційної структури управління, підвищення конкурентоспроможності продукції та модернізація матеріально-технічної бази. Визначено потреби прийняття управлінських рішень як результату діяльності фахівців підприємств, що впливає на якість кінцевої продукції підприємств. Представлена модель управління якістю продукції поліграфічних підприємств, в основі якої напрями підвищення ефективності діяльності.

Ключові слова: ефективність, управління якістю, модель, поліграфічні підприємства, управлінські рішення, економіко-математичне моделювання, Україна

МОДЕЛЬ УПРАВЛЕНИЯ КАЧЕСТВОМ ПРОДУКЦИИ

Гуткевич С.А., Пунчак Л.А.

Дан анализ качества продукции, являющейся основой эффективности деятельности предприятий, в том числе полиграфических. Определены три главных способа повышения эффективности предприятия: совершенствование организационной структуры управления, повышение конкурентоспособности продукции и модернизация материально-технической базы. Определены потребности принятия управленческих решений как результат деятельности специалистов предприятий, влияющих на качество конечной продукции предприятий. Эти тенденции могут быть основой для модели управления качеством продукции предприятий. Представлена модель управления качеством продукции полиграфических предприятий, в основе которой направления повышения эффективности деятельности.

Ключевые слова: эффективность, управление качеством, модель, полиграфические предприятия, управленческие решения, экономико-математическое моделирование, Украина

Introduction. The development of economy branches needs new approach increase of efficiency of enterprises functioning by the evidence-based changes in the modern conditions. The improvement of product quality is one of the main directions of increase of efficiency of a social production and the separate enterprise. It is the basis for the satisfaction of needs of people; thus, its public, economic and social importance is defined. Product quality is one of the main objectives of business activity. Ensuring its performance directly influences the economic results of activity of the enterprises. However, the quality of functioning of the enterprise directly does not satisfy the established requirements and needs of society and only provides process of creation of a product that is capable of it. Therefore, in the scientific economic literature, it is offered to determine the quality of management, work and activity of the enterprise through the quality of production.

Production is a result of process. Each type of production as an object with a certain appointment is characterized by the set of inherent properties and differently satisfies the needs of consumers. Hendricks [10] states that the degree of compliance of properties of production to certain requirements determines the level of its consumers cost. With the advent of new requirements, consumer properties of production will change. The parameters of production can remain invariable; however, according to Sallis, Deming [5] and Juran the pleasure degree will change and that will affect the perception of product quality. There is obsolescence, a process of

gradual relative loss of product quality at the preservation of absolute value of its parameters. Quality, as the dynamic phenomenon, constantly changes with the change of consumers' needs, which depend on the level of development of productive forces and relations of production.

Ensuring the necessary values of technical and aesthetic parameters of production for consumers and producers is not enough, because the producer can incur unfairly high expenses. According to Sadikoglu, Zehir, the level of product quality, which will be able to satisfy the needs of consumers at the minimum production costs or for the price, which is accepted for the consumer, is optimum. The quality of production is a way of satisfaction of demand, which is based on the achievements of science and technology. Aubert, Hooper, Schepel [1] noted that it provides a gain of useful effect through the satisfaction of undetected requirements and economy of resources of production. Thus, the quality is a source of economic effect and promotes the realization of the purposes of development of productions by obtaining competitive advantages.

At the micro level of management, the quality of production influences the efficiency of use of labour means by providing the growth of their productivity and durability [8]. It influences the reduction of needs for reserve equipment, decrease in volumes of repair work and, as a result, the achievement of economy of capital and operational costs. The growth of quality of objects of the labour is displayed on the decrease in expenses, reduction of labour input of processing of raw materials and materials, the increase in an exit and improvement of quality of end products. Foster [7] and Zaitseva noted that cut in expenditure of resources influences the product cost and creates conditions for the reduction of price and profitability increase.

Ensuring the quality at the micro level defines the development of a social production at the macro level. The modernization of production and introduction of innovative processes are shown in the production efficiency growth, more rational consumption of resources, reduction of waste, emergence of a new level of quality of production that together with appropriate service and observance of conditions of contracts form the competitiveness of domestic production in the international market, promote export growth of production and improvement of its structure. The dynamics of macroeconomic indicators (such as nominal gross domestic product, consumer price index, balance of foreign trade, etc.) influence the increase of welfare of the population, the solution of social problems due to the increase of life quality.

In modern conditions, the improvement of product quality is predetermined by:

- requirements of scientific and technical progress;
- limitation and insufficiency of natural resources;
- need for the solution to a problem of increase of a standard of living of the population (saturation of the market production strengthens requirements to quality and the range);

- the growing role of material stimulation: growth of the income causes increase of a consumer demand for the high-quality production;
- need for the increase of efficiency of foreign trade.

Thus, with the development of economy and an aggravation of the competition, the theoretical essence of category of quality, its role at the enterprises, including the printing branch, in national economy and in the international division of labour extends. By the scientific study by Simenko (2009) the quality needs continuous improvement, providing and management.

The activity of printing enterprises is directed on receiving economic effect of printed materials production because they are insufficiently financed by the state, are not priority for the investors and operate on the market of printing services in high extent of the competition. Thus, the question of effective management and, first of all, product quality management as bases of enterprises competitiveness, according to its features, is especially actual. According to the important role of quality in the development of modern enterprises, including the printing industry, the authors have established the following objectives of this paper:

- 1) to review and summarize the development trend of printing companies in Ukraine;
- 2) to define the role of the quality of not only products but the management in enterprise development for the characterization of the main ways of increasing the efficiency of their operations as well;
- 3) to build a model of quality management of enterprises, which allows making the management decisions taking into account the features of enterprises and determines the prospects for their development.

1. Role of Quality in Development of the Printing Enterprises

The publishing and printing complex is a difficult organizational and economic system, which includes different branches: publishing, printing, book trading, production and social infrastructures. The relationship between publishers and printing enterprises provide a creation of printed materials, and the relationship between publishers and distributors provide product sales. The production infrastructure of the enterprises is carried out by ensuring the production and technological service of branches (printing mechanical engineering, production of the main and auxiliary materials, etc.), and the social infrastructure creates the necessary conditions for a renewal of labour and effective use of a manpower by the enterprises.

Based on a method of forecasting, it is certain that the income from sales of products of the printing enterprises will decrease. In the conditions of increase in the number of subjects of publishing, it will influence the growth of the competition in the market of the printed materials, which will as well amplify the changes in the sphere of mass communications. With the distribution of digital means of information processing, including the e-book readers, the competition becomes

relevant not only between the producers, but as well between the editions of different forms: printing and electronics that creates new opportunities and new risks for the enterprises.

Based on data of Association of printed materials distribution, the authors defined the structure of product range of the printing enterprises (Figure 1).

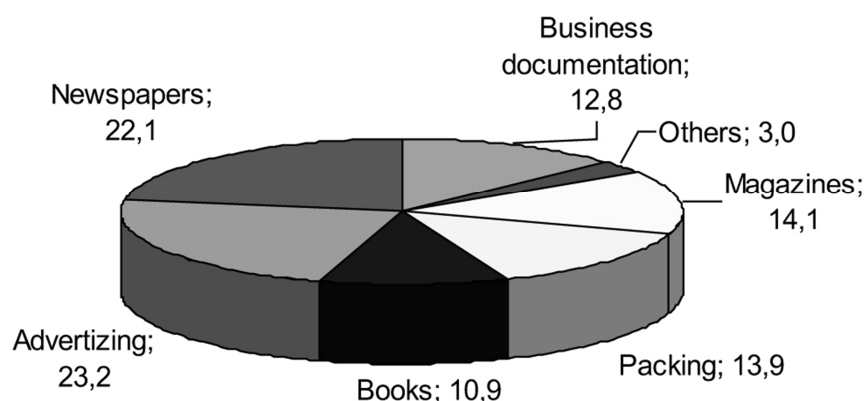


Figure 1. Structure of Production of the Printing Enterprises in 2013

Source: Statistical information of State Statistics Service of Ukraine

Figure 1 shows that the highest risk of replacement with electronic means of information processing has printing book, journal and newspaper production. It is connected with the growth of material expenses, reduction of outputs, discrepancy of the range and quality of printed materials to the available demand. However, the results of researches of some scientists show that the production of journal and newspaper production will remain high risk, but as well a highly profitable activity, due to such advantages as ensuring quality and addressing the advertisements. Moreover, many consumers of printing and electronic forms think that they do not replace but complement each other.

The analysis of statistical data of GfK Ukraine showed that from 2011 for 2013, the volume of release of book production in a paper form grew by 1.56% and in the electronic by 92.7%. The growth of the expenses connected with the production and the wide range of literature in an electronic form available through the Internet is the main reason for such difference in growth rates. The dynamics of expenses on 1 UAH of the sold production shows that from 2006 for 2013, they grew up from 0,733 UAH to 0,835 UAH, i.e., for 1392%, and according to trend lines, they will continue to grow (Figure 2).

The preservation of demand for production is possible on condition of effective use and advance of advantages of printing books in the market of printed materials, namely: portability,

availability, quality of internal filling and its reconstruction through the press, taking into account the features of target consumers.

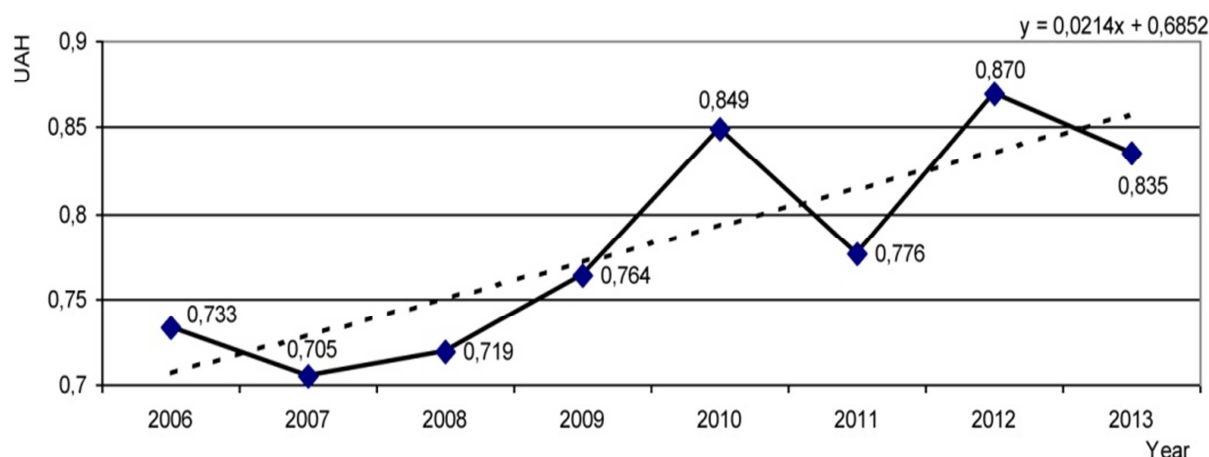


Figure 2. Dynamics of Expenses on 1 UAH of the Sold Production

Source: Statistical information of State Statistics Service of Ukraine

The analysis showed that the prospects of development of the publishing and printing enterprises are connected with, first of all:

- reduction of expenses on a unit of production of literary and art editions due to the reduction of material expenses and modernization of production, because for this type of editions, the main competitive advantage is quality of internal filling;
- reduction of expenses on unit production and improvement of quality of printing implementation of specialized editions, because for them, the long period of storage and high frequency of use is characteristic.

The current state and prospects of development of the printing enterprises as showed the analysis depend on a condition of supply and demand on different types of production and the reaction of the enterprises to the changes of environment. Printing houses can promote increase in demand for publishing production due to the expansion and ensuring the quality of printing services, which will affect the increase in volume of release and product sales, reduction of prime cost and growth of net profit. Especially actual it is for the enterprises at the present stage of development, as according to statistical data, in 2012, the part of the profitable enterprises of branch did not exceeds 20%; a half of printing houses are in a zone of zero profitability, and the number of unprofitable productions continues to grow.

2. Directions to Improve the Product Quality of Printing Enterprises

Effective enterprise management depends on many components: innovative processes at branch, degree of production motivated workers, quality of production and raw materials, labour

productivity level, standard and legal base and the use of achievements of the international experience. Based on the analysis, it was founded that the efficiency of enterprises are affected by:

- the increase of level of production competitiveness;
- the organizational structure of product quality management;
- the modernization of material base of the enterprise.

These directions allow increasing the efficiency of enterprises activity based on growth of product quality. The first direction is connected with the decisive influence of product quality and its price on increase of supply and demand, competitiveness of production. It is very important to take into account the requirements of production for satisfaction of customers in forming its qualitative characteristics. The improvement of quality can be carried out by the improvement of technical characteristics of production and the adaptation of production parameters to the requirements of customers. It will allow expanding the sales market of production and increase the share of enterprise on a target segment of the market and the enterprises market value.

At the present stage of development of society, as showed the analysis on the functioning of the printing enterprises, the role of quality grows and needs a fast response of heads of the enterprises to change the influence of factors of environment. For this purpose, the expansion of functions of quality management that are carried out by the specialists of checking department is necessary [4]. Addition of functions of exclusive entrance and initial quality control, planning, motivation and coordination of all work of specialists in formation and ensuring quality predetermines the introduction of staff of the personnel with the position of the department conducting to the specialists and reorganization of checking department in the department of quality management. It as well will allow avoiding the increase in the maintenance costs of additional department.

Based on the list extension of the kinds of enterprise specialist activity, the changes occur in both structure of department and organizational structure of business management, the improvement of which is the second direction of activity efficiency increase of the printing branch enterprises.

Yarmolka suggested that personnel training and retraining are as well important, because according to the education tendencies in the world, the study should occur throughout the lifetime. For workers involvement, in order to ensure the quality, the authors of the article offer holding seminars for the acquaintance of workers with the product quality policy of the enterprise with the main tasks, strategic and tactical targets of the enterprise in this direction. According to Flynn [6] the increase of workers level of knowledge will promote the growth of productivity; therefore, the implementation not of separate actions of professional development of workers and the development of plans of professional development of workers of all levels is expedient. The main purpose of carrying out this study is the improvement of quality of work, the reduction of turnover

of staff, the increase of labour productivity, the reduction of idle times of production, the encouragement before the development of a creative initiative and an increase of flexibility of product quality management. The program of study provides the differentiation directed on study: heads of structural divisions, experts of an average link and workers.

Thus, the improvement of process of motivation will affect the quality of work and performance of management functions of personnel at the enterprise involved in providing and forming the product quality. The informing of workers is important because they find out for what they get an award and what responsibility is established for the violation of requirements of product quality management. The revision of awarding systems is aimed at providing the achievement of aim of the enterprise quality policy and the increase of efficiency of quality management, the decrease in probability of emergence of defect and the hit of production not respectively to the quality of the customer.

The product quality management depends on the efficiency of management decision adoption. Different types of decisions need different processes of their acceptance, for example, individual or joint. At individual quality management, which takes place at linear submission of workers, the head acts without consulting with the collective. The risk connected with such approach is that there is a probability to miss important information and knowledge and not to get appropriate support of subordinates in the course of implementation of the decision. However, the processes, which need general participation of a large number of persons at functional organization structure, tend to disperse decisions: decision-making process lasts long, never coming to the end. Moreover, if the decision is made, often it is compromised with the smallest common denominator.

Between these extremes, there are such decision-making processes as consultations of both decisions and consensus. They provide the address of the head of the department of quality management to the subordinates (or functionally connected specialists from the other structural divisions), according to the information or council, i.e., individually or a group, on the purpose not that much to receive the consent of all but to get the support of majority by storing the right independently to make the final decision.

The validity of the administrative decision needs uses rather full and reliable information about the condition of the enterprise and factors of environment, degree of compliance of the decision to problems of development of the enterprise. Head has to make the decision based on the exact mathematical results; intuition and experience serve as their essential addition. Thus, the purpose of adoption of the management decision has to be accurately concretized, for example, due to the improvement of product quality, to provide a gain of gross profit for 3%.

The economic efficiency of improvement of product quality management as result of the management decision is calculated at different stages of its acceptance and realization:

- analysis stage for the determination of expediency of change implementation;
- stage of optimum version choice of the project decisions (settlement efficiency);
- functioning stage when the actual efficiency is defined.

For its assessment, the following approaches are widespread: 1) the formation of one indicator (additive or multiplicative), which depends on the partial indicators of efficiency. The use of this approach will allow compensating the lack of one indicator of quality by the other, which is important when the decisions are made in the conditions of uncertainty [2]; 2) one of the indicators is optimized depending on what actions for increase of efficiency are planned to carry out and what subsystem of management they concern at the adoption of management decision (for example, maximizing of profit).

The question of a choice of optimum version of the decision, which is carried out in the conditions of uncertainty and is characterized by variability and high risk, can be solved with the use of method of economic-mathematical modelling. The authors offer the modelling of decision-making process in product quality management. The adoption of management decision concerning the implementation of the chosen plan of action directed on maximizing the profit as well depends on the dynamics of other indicators of activity, which will characterize the reaction of object of management on action of the subject. Collection, accumulation and processing of these enterprises responsible for the performance of functions of quality management given by the experts in the automated information systems of the printing enterprises will provide experts with the information necessary for management. The formation of databases needs a regular assessment of current state of quality management that is carried out by the specialists of department of quality management, for which the authors of the article offer the Balanced Scorecard of Kaplan of the assessment of effective product quality management.

The method of economic-mathematical modelling of adoption of management decisions in product quality management allows to make the decision with high degree of reliability about the distribution of resources, gives the chance to estimate the product quality not only as in compliance with the requirements of standards and normative documents but as well as the efficiency indicator of functioning of all the enterprise divisions. It is established that the decrease in effective management of product quality happens due to the lack of positive dynamics of productive indicators of the printing enterprise activity on certain directions.

The main lever of the Balanced Scorecards is the motivation to development and the implementation of comprehensive programs of improvement of quality, which determines the main actions for providing and improving the product quality and quality management. It combines the purposes, tasks, functions of management with resources, and the end results at all levels of

management and stages of life cycle of production, which at the same time increases the efficiency of product quality management.

3. The Model of Product Quality Management for Printing Enterprises

Enterprises management has to understand the importance of product quality in the development of the printing enterprises. For this purpose, based on the analysis of theoretical bases and practice of product quality management of the printing enterprises, the authors offer the model of product quality management for the enterprises of printing branch (Figure 3).

The purpose as an element of model is the increase of efficiency of product quality management. On the basis of the model, the direction of increase of efficiency of enterprises activity includes the growth of level of production competitiveness, the improvement of organizational structure of management, the modernization of material base as a component of innovative development.

The authors of this article considered three main directions to achieve the management purpose. The first direction consists of the increase of product competitiveness level of the printing enterprises on the basis of formation of such product quality, which is capable to provide profitability of the printing enterprises as a source of competitive advantages. The competitiveness of printed materials as an ability to make profit in the conditions of the high competition is determined on market and not only the market of printing service, but the market of electronic information processing devices as well.

Based on the analysis of organizational structure of enterprise management and functions of product quality management, as the second direction the authors offer the improvement of organizational structure of enterprise management. In this structure, the department of quality management instead of checking department is provided. The number of workers and maintenance costs of department will remain invariable; however, the functional rights and duties of specialists of department will extend. At the level of enterprise management, the created list of functional duties and the rights of leading experts of division will allow to increase the quality of management decisions as the result of management, which directly influences the quality of end products as a condition of its competitiveness.

It has been suggested to provide the efficiency of product quality management through the modelling of process of adoption of the management decisions directed on the achievement of management purposes, in particular by the criterion of arrived maximizing that is described in Chornei. The implementation of the analysis of the effects connected with the changes in the activity of the enterprise allows to predict the dynamics of results of enterprise activity in the future.

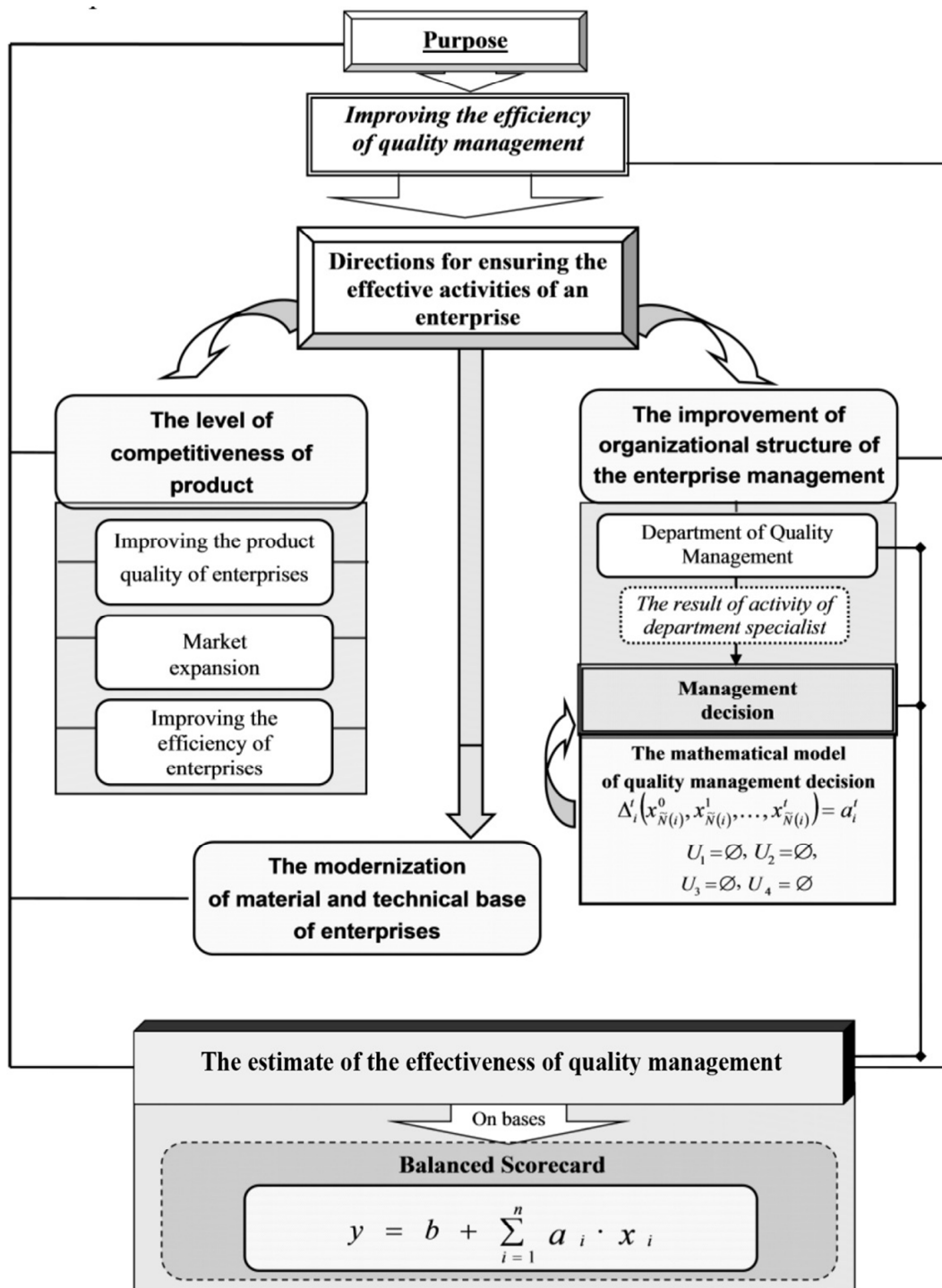


Figure 3. Model of Product Quality Management for the Printing Enterprises

Source: created by the authors

The offered direction from modernization of material base of the enterprise provides the updating of the equipment park and the applied technologies, implementation of progressive forms of the organization of warehouse economy, which are especially relevant for such material-

intensive productions as printing. The innovative orientation of development will affect the investment appeal of the enterprises. The use of technological innovations will allow to reduce processing's laboriousness of entrance raw materials, to increase the exit and to improve the quality of end products, to expand and update the product range that are competitive both on internal and on external markets. The introduction of small-sized electronic printing machines will allow printing limited editions at a bargain price, in short terms.

The innovative development of the printing enterprises is due to the investment of financial assets. In modern conditions, the main source of investment of productions is the owned funds, i.e., profit and amortization. Profit increase is the result of increase of efficiency of product quality management based on certain directions, and it characterizes the overall effectiveness of enterprises activity. The higher is the profit, the more opportunities for development has the enterprise, the less is its dependence on the foreign organizations (creditors) and there is more independence in making decisions on the distribution of resources and introduction of projects of development of the enterprise.

The estimation of product quality management is a model element by which specialists of department of quality management define the correctness of management decisions and requirement of their adjustment. The authors of this article offer to introduce and use the Balanced Scorecard at the printing enterprises. With this scorecard, the specialists of enterprise can estimate the current state of product quality management as well as the degree of satisfaction of customer's requirements keep account of the expenses and effects from the actions of product quality management and define the factors which influenced the changes of indicators. This gives the chance to the printing enterprises truly and in due time to define the priority directions of activity development and to find additional reserves of economy or attraction of financial resources.

The authors of this article have calculated the effect from the use of offered model of product quality management. The expenses that are necessary for the realization of the directions of model can be classified as the expenses directed on the prevention of production not respectively to the quality. The analysis of losses from defect showed that these losses at the enterprises grow (Figure 4).

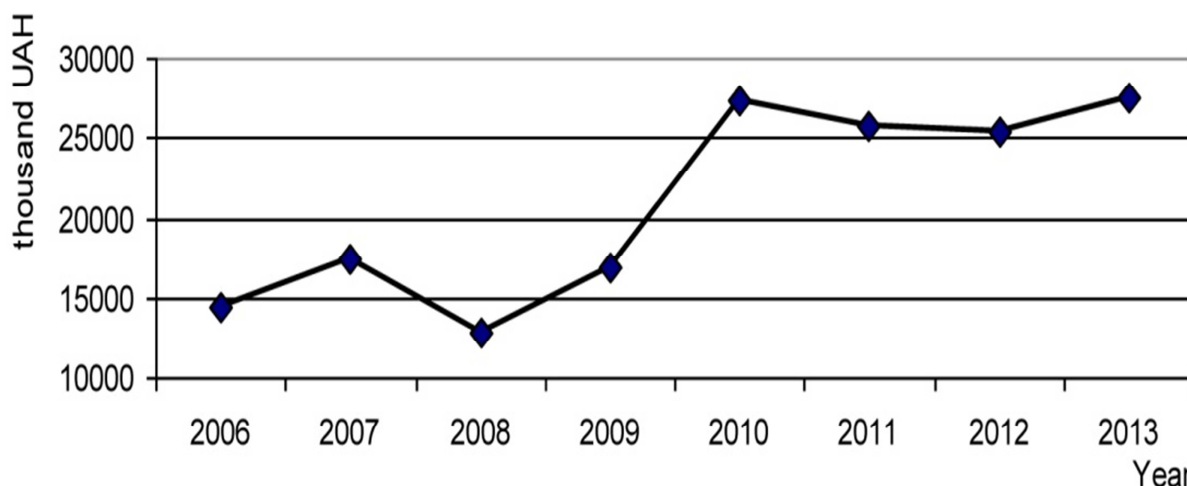
The analysis of structure of expenses on quality of production of the printing enterprises showed that on average it is as following:

- losses from defect - 93.5%;
- expenses on precautionary actions - 6.5%.

Part of the costs ensuring the quality in total sales is about 0.0754%. The calculated coefficient of elasticity of expenses on quality showed that at increase in expenses on ensuring quality by 1%, losses from the defect decrease on average by 0.71%. Thus, if at the expense of

increase in volume of precautionary actions to the increase expenses on ensuring quality is up to 0.15% of revenue, then the structure of expenses will be next:

- losses from defect - 88.4%;
- expenses on precautionary actions - 11.6%.



**Figure 4. Dynamics of Losses from Production not Respectively to the Quality (Defect),
Thousand UAH**

Source: Statistical information of State Statistics Service of Ukraine.

In absolute expression, the economy of funds due to the reduction of losses from defect will make about 6388,9 thousand UAH for a year and the additional expenses on ensuring quality - 469,9 thousand UAH. The increase in funds for the prevention of emergence of production not respectively to the quality will allow to release the additional amount of money and to aim them at the development of the enterprise.

The efficiency of activity of the enterprise and product quality assurance provides the appropriate organization of production, rhythm of work of the equipment, control of entrance and the initial streams of raw materials, implementation of motivation of workers to high-performance work, etc. The quality of the received results is a consequence of the quality of administrative decisions degree of its compliance of character of solvable problems of formation and ensuring the quality of production, set of parameters of the decision, which satisfy specific consumers and provide reality of its realization.

The condition of quality improvement of administrative decisions is ensuring their diversity, i.e., the justification is not less than three organizational and technical options of the actions directed to the achievement of organization objectives. The choice of the best version of the

decision from several possibilities is a sign of the scientific organization of management and methods of work of heads.

The effect from the use of model of product quality management has manifestation in the improvement of economic indicators, such as profitability, net profit that characterize the economic efficiency of activity of the printing enterprises. It provides the rational choice of actions for the management efficiency increase based on aiming at business activity of both specific needs of consumers and the perspective development of the enterprise.

The increase of efficiency of product quality management based on certain directions will allow providing the growth of:

- economic efficiency of the enterprise activity due to the ensuring high profitability of activity;
- resource efficiency due to the decrease in material expenses and according to the expenses on 1 UAH of products;
- social efficiency - through the increase of qualification level and degree of satisfaction with work of the personnel, reduction of risks of delays in payment of a salary and psychological intensity.

Conclusions. The study of value of production quality on macro and micro levels of management of enterprises showed that in the modern conditions, it is important to research the quality of production at the micro level as the bases for ensuring the efficiency of use of resources, improvements of business reputation of the enterprise, competitiveness of a domestic production in the international market, which promotes the export growth of production and improvement of its structure. It is certain that the product quality management is a specialized type of business management, which is defined by its functions, principles and methods that are carried out by the specialists. The administrative decision, on which the quality of end products depends, is the result of management.

The improvement of activity of the enterprises covers not only production, but the extra production stages of providing printing services as well. Due to such interaction and expansion and acceleration of innovative processes in production and enterprise management, it has reached much more labour productivity, and the quality of management decisions grows.

On the basis of the analysis of a current state of functioning of the printing enterprises define that the main directions of increase of efficiency of their activity are the increase of level of competitiveness of production, the improvement of organizational structure of management on the basis of change of management functions of specialists of the quality management created department and the improvement of quality of the administrative decision as a result of their activity, the modernization of the material base. The growth of effective management of quality of

production is as well provided through the modelling of process of adoption of administrative decisions on alternative actions, which are directed on the improvement of quality of production. The implementation of the analysis of the effects connected with the changes in activity of the enterprise allows to predict the dynamics of results of activity of the enterprise in the future. The authors united all these elements in the models of product quality management of the enterprise.

The elements of model of product quality management provide the analysis and the assessment of the condition of product quality management, consider its tendencies of development and feature behind certain components, which give the chance to define the prospects of development of the enterprise by the increase in product quality and activity quality in general. It will promote the improvement of quality of management decisions on formation, choice and realization of development alternatives of product quality management systems in the conditions of changeable environment by taking into account all the sets of interconnected technical and economic processes at the printing enterprise. The growth of the expenses directed on the improvement of quality of production and the prevention of emergence of defect predetermine the change of structure of expenses on the quality of production, in particular, the reduction of part of losses from defect for the sum of about 6388,9 thousand UAH for a year, which will allow to receive the annual economy of 5919,0 thousand UAH.

The achievement of the management purpose based on the directions of increasing the effectiveness of the activity, sources of financing will provide the efficiency of product quality managements and business management in general as well as deeper awareness of the value of quality of management and end products by ensuring the competitiveness at both separate enterprises and national economy in general.

1. *Aubert B. Revisiting the role of communication quality in ERP project success / B. Aubert, V. Hooper, A. Schnepel // American Journal of Business. – 2013. – Vol. 28, No 1.*

2. *Azarova A. O. Basic indices definition of product quality management by means of correlation-regressive modeling / A.O. Azarova, O.V. Hil // Actual Problems of Economics. – 2008. – Vol. 90, No 12.*

3. *Chorney R. K. Control of Spatially Structured Random Processes and Random Fields with Applications / R. K. Chorney. – New York: Springer Science + Business Media, Inc., 2006.*

4. *Dahgaard J. J. Lean production, six sigma quality, TQM and company culture / J. J. Dahgaard, S. Dahgaard-Park // The TQM Journal. – 2006. – Vol. 18, No 3.*

5. *Deming E.W. The Essential Deming: Leadership Principles from the Father of Quality / E.W. Deming. – New-York: McGraw-Hill, 2012.*

6. Flynn B.B. *The impact of Quality Management Practices on Performance and Competitive Advantage* / B.B. Flynn, R. Schroeder, S. Sakakibara // *Decision Sciences*. – 2002. – Vol. 26, No 5.
7. Foster S. T. *Towards an understanding of supply chain quality management* / S. T. Foster // *International Journal of Production Economics*. – 2008. – Vol. 26, No 4.
8. Gowen C. R. *Quality management Practices in Manufacturing and Service Corporations: How are they Different* / C. R. Gowen, W. J. Tallon // *American Journal of Business*. – 1999. – Vol. 14, No 1.
9. Harrington H. J. *Streamlined Process Improvement: The Breakthrough Strategy to Reduce Costs, Improve Quality, Increase Customer Satisfaction, and Boost Profits* / H. J. Harrington. – New-York: McGraw-Hill, 2011.
10. Hendricks K. *Firm characteristics, total quality management, and financial performance* / K. Hendricks, V. Singhal // *Journal of Operations Management*. – 2011. – Vol. 19, No 3.

Стаття публікується за погодженням з авторами

УДК 159:9.315

Осецький В. Л.,*д. е. н., професор,**кафедра економічної теорії, макро- і мікроекономіки,**Київський національний університет**імені Тараса Шевченка, м. Київ***Татомир І. Л.,***к. е. н., доцент,**кафедра теоретичної та прикладної економіки,**Дрогобицький державний педагогічний університет**імені Івана Франка, м. Дрогобич*

ОРГАНІЗАЦІЙНІ ФОРМИ МІЖУНІВЕРСИТЕТСЬКОЇ СПІВПРАЦІ У СТРУКТУРІ ВИЩОЇ ОСВІТИ

У статті розкрито особливості функціонування освітніх ТНК на глобальному ринку послуг. Дано оцінку новим організаційним формам міжнародної співпраці у структурі вищої освіти та визначено позитивні й негативні сторони її розвитку. Виокремлено основні перспективні напрямки діяльності об'єднань. Особливу увагу звернуто на появу віртуальних та мегауніверситетів, що пропагують дистанційні технології навчання.

Ключові слова: франчайзинг, освітній консорціум, глобальний альянс транснаціональної освіти, відкритий університет, освітні ТНК

ОРГАНИЗАЦИОННЫЕ ФОРМЫ МЕЖУНИВЕРСИТЕТСКОГО СОТРУДНИЧЕСТВА В СТРУКТУРЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ

Осецкий В.Л., Татомир И.Л.

В статье раскрыты особенности функционирования образовательных ТНК на глобальном рынке услуг. Дана оценка новейшим организационным формам международного сотрудничества в структуре высшего образования и определены положительные и отрицательные стороны их развития. Выделены основные перспективные направления деятельности объединений. Особое внимание обращено на появление виртуальных и мегауниверситетов, пропагандирующих дистанционные технологии обучения.

Ключевые слова: франчайзинг, образовательный консорциум, глобальный альянс транснационального образования, открытый университет, образовательные ТНК

ORGANIZATIONAL FORMS OF INTERUNIVERSITY COLLABORATION ARE IN STRUCTURE OF HIGHER EDUCATION

Oseckiy V., Tatomur I.

The article reveals peculiarities of educational transnational corporations in the global services market. The estimate of new organizational forms of international cooperation in higher education and the structure identified positive and negative aspects of its development. Thesis there is determined basic perspective directions of associations. Special attention is paid to the emergence of virtual and mehauniversytetiv, promoting distance learning technologies. In the conditions of globalization of world economy specialization and cooperation in the sphere of scientific researches and qualitative the organizations of educational process becomes an indispensable condition of development of the higher education. Appeal of the international cooperation between educational institutions of the different countries of the world is explained by their scientific and pedagogical potential, high level of educational and methodical providing, financial support of partners and strengthening of integration potential in the world.

Keywords: *franchayzing, educational consortium, global alliance of transnational education, opened university, educational multinational corporations*

Постановка проблеми. В умовах глобалізації світової економіки обов'язковою умовою розвитку вищої освіти стає спеціалізація та кооперація у сфері наукових досліджень та якісна організації навчального процесу. Привабливість міжнародного співробітництва між освітніми установами різних держав світу пояснюється їх науково-педагогічним потенціалом, високим рівнем навчально-методичного забезпечення, фінансовою підтримкою партнерів та посиленням інтеграційного потенціалу в світі.

Аналіз останніх досліджень та публікацій з даної проблематики засвідчив наявність незначного числа напрацювань з боку українських вчених. Плідний результат діяльності показали, професори Чорноморського державного університету імені П. Могили Л. Клименко та Ю. Кондратенко [3], які проаналізували можливості об'єднання різнопрофільних університетів України з урахуванням їх потенціалу в академічні консорціуми, довівши необхідність впровадження механізму багатовекторної неперервної освіти, утвердження принципів університетської автономії та академічної свободи у ВНЗ-партнерах. Професори Чернігівського державного інституту економіки і управління Каленюк І.С. та Гонта О.І. [1] аналізуючи перспективи утворення транскордонних університетів довели, що підґрунтям для консолідації їх наукової та навчально-методичної діяльності є функціональна та територіальна близькість розташування регіонів, усталена роками спадкоємність наукових шкіл, історична й культурна спадщина та споріднена функціональна спрямованість закладів освіти.

Напрацювання російських вчених [2, 5] пов'язують з розкриттям ролі стратегічних альянсів як форм інтеграційної взаємодії у сфері професійної освіти та визначенням їх нових характеристик в умовах глобальних змін, а також обґрунтуванням напрямків підвищення альянсоспроможності освітніх установ, серед яких особливе значення відводиться удосконаленню державного й освітнього менеджменту, автономізації вищих навчальних закладів та розвитку їх кадрового потенціалу.

Мета статті. Аналіз організаційних форм міжуніверситетської співпраці у структурі вищої освіти.

Основні результати дослідження. Перспективними формами гнучкого реагування на запити вищої школи можна вважати наступні форми освітньої організації та взаємодії у світі, що представлені на рис. 1. На глобальному ринку освіти ТНК функціонують в умовах жорсткої конкурентної боротьби, а їх дії по формуванню нового ринку знань характеризуються наступною групою ознак: *по-перше*, мова йде про концентрацію зусиль на всіх конкурентних параметрах: витратах пов'язаних з організацією навчального процесу, якістю надання освітніх послуг, рівнем фінансування та рівнем навчально-методичного забезпечення тощо. *По-друге*, в силу своєї транснаціональної структури корпорації можуть отримувати вигоду й з національних відмінностей у кон'юктурі ринку освітніх послуг, економічній політиці держави тощо.

По-третє, освітні ТНК розробляють та впроваджують глобальні інноваційні стратегії багатоаспектно, надаючи широкий спектр освітніх послуг, як в межах кампусу, так і онлайн режимі, у результаті чого революція «зростаючих очікувань» в освіті перетворюється у революцію «прогресивних змін». Кількість провайдерів освітніх послуг невпинно зростає. Сьогодні американські університети мають понад 78 кампусів по всьому світу, включаючи Велику Британію. Австралійські університети розмістили свої кампуси в Малайзії, Сінгапурі, Об'єднаних Еміратах. Посилюють свою діяльність на міжнародних освітніх ринках Франція і Німеччина. Їх об'єктом є насамперед країни Східної та Центральної Європи, а з членів ЄС – Греція [8]. Новим провайдерам освітніх послуг цілком під силу змінити освітню мапу та вивести конкуренцію в освітній сфері на інноваційний виток розвитку. Сьогодні азіатами формується потужний четвертий освітній центр, який згодом розширить межі ринку та заявить про себе в експортному керунку.

По-четверте, консолідуючи інтелектуальні активи, ТНК чинять більший вплив на міжнародний попит на освітні послуги та кар'єрні очікування молоді з менш розвинутих держав, змінюючи при цьому традиційні формати отримання знань. *По-п'яте*, посилюється агресивна експансія місцевих освітніх провайдерів, яка веде до їх цілковитого витіснення з ринку та коригування цінової політики.

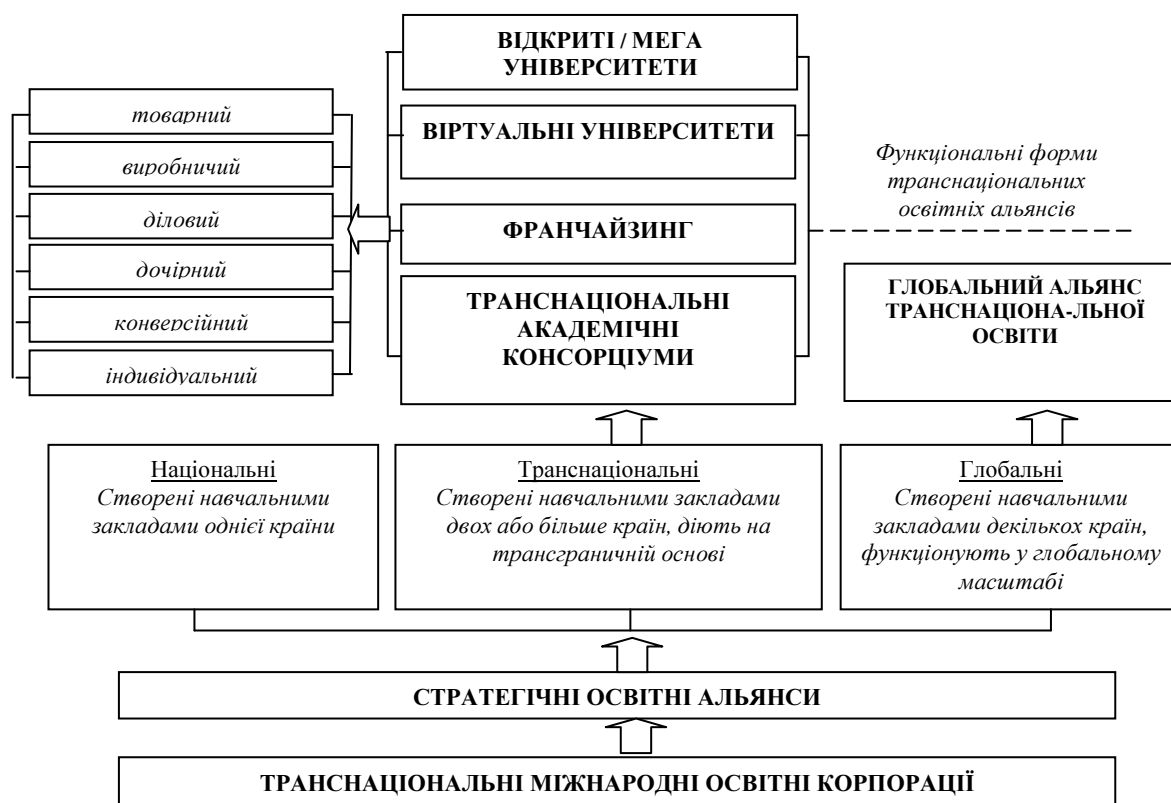


Рис. 1. Організаційні форми міжнародної співпраці у структурі вищої освіти

Джерело: складено авторами

Сучасні освітні ТНК – це, як правило, неурядові організації з недержавною системою фінансового забезпечення, але з потужною державною підтримкою, які консолідують свої зусилля не лише на розв’язання освітнянських проблем, а й торкаються суміжних сфер діяльності – мистецтва та культури. Таких масштабних ТНК чимало:

DAAD – німецька служба академічних обмінів викладачами і вченими, що об’єднує 233 вищих навчальних заклади і налічує 14 представництв та 50 інформаційних центрів по всьому світу;

British Council – міжнародна організація Великобританії, що займається пропагуванням англійської мови, освіти та культури у всьому світі, представництва якої знаходяться у 110 державах;

SIMO – центр міжнародної мобільності Фінляндії, який займається питаннями співпраці у сфері освіти, культури та ділового життя;

IDP Education Australia – міжнародна організація, що займається підтримкою австралійської освіти і налічує 70 офісів у всьому світі;

EduFrance – освітнє агентство Франції, що покликане забезпечити привабливість французької системи освіти та покращити умови прийому іноземних студентів і налічує 80 представництв по усьому світу. Його структура охоплює 175 французьких університетів, вищих шкіл і інститутів;

NAFSA – американська організація, яка сприяє розвитку міжнародної системи освіти та мобільності студентів і викладачів, підвищенню якості освіти та співпрацює з посольствами й консульствами більше 160 держав.

У щоденну практику ТНК входять сотні проєктів. Вони підтримують програми поширення рідної мови, організують обмін студентами та науковцями, надають інформаційно-консультативні послуги, піарять національну освіту, конкретні навчальні заклади та програми і багато чого іншого – аж до обслуговуючого сервісу груп іноземних студентів. І, як показує їхній досвід, формат ТНК виявляється досить продуктивним [4].

Більшість ВНЗ небажають в силу тих чи інших обставин вести освітню діяльність поодиноці, але одночасно не погоджуються на поглинання або злиття. Намагаючись зберегти свою самостійність вони вступають у різні форми партнерських відносин (табл. 1), одними з яких є стратегічні освітні альянси, які ТНК зробили одним із своїх інструментів глобальної конкурентної боротьби та експансії на ринках розвинутих держав світу.

Таблиця 1. Переваги та недоліки організаційних форм міжнародного партнерства ВНЗ

<i>ПЕРЕВАГИ</i>	<i>НЕДОЛІКИ</i>
<ul style="list-style-type: none"> - самостійність, незалежність та автономність діяльності учасників; - спільний розподіл ризиків, контролю та результатів діяльності між ВНЗ-партнерами; - відсутність жорстких зв'язків, які б обмежували свободу входу та виходу з об'єднання за ініціативи учасника; - партнерські відносини дають змогу здобути цінні ресурси та можливості, які навчальні заклади не могли отримати до об'єднання; - спільне використання навчального фонду, обмін науковими напрацюваннями та просування освітніх продуктів на ринок; - економія на масштабах та трансакційних витратах; - забезпечують можливість усунення небажаних конкурентів; - утримання витрат на низькому рівні та можливість залучення іноземних інвесторів; - участь у тематичних кластерах для взаємозбагачення й обміну провідним досвідом. 	<ul style="list-style-type: none"> - можливі перешкоди створюють мовний і культурний бар'єри; - наявність декількох керівних центрів, а у результаті розбіжність поглядів щодо організації процесу співпраці; - нестабільність організаційної структури; - високий ступінь ризику низької результативності діяльності об'єднання; - відсутність чіткого визнання результатів співпраці; - складність регулювання взаємовідносин.

Джерело: складено автором

В даний час доводиться говорити про функціонування у межах європейського співтовариства так званих *альянсів знань*, які спрямовані на зміцнення інноваційного потенціалу ВНЗ різних держав світу на основі міжнародних структурованих проектів між вищою освітою та бізнес структурами на взаємовигідній основі. Мова йде про спільну розробку міждисциплінарних підходів до організації навчального процесу, сприяння обміну, поширенню та спільному створенню знань, вдосконаленню процесу управління та фінансування. Такі альянси утворюються у рамках програми Еразмус.

Освітня співпраця у багатосторонньому форматі передбачає систему преференцій для громадян країн, що входять у той чи інший альянс. Мова йде про визнання документів про освіту, які дають право вільного вступу у навчальні заклади країн-учасниць, академічну мобільність студентів та професорсько-викладацького складу, а також певні пільги при працевлаштуванні з отриманими документами про вищу освіту в країнах альянсу.

Функціональною організаційно-правовою формою транснаціональних освітніх альянсів є некомерційне партнерство у формі консорціуму. *Міжнародний освітній консорціум* – це нова інституційна форма добровільного об'єднання навчальних закладів та освітніх установ різних держав світу на коопераційній основі з метою налагодження й координації міжінституційної співпраці у сферах академічної мобільності, забезпечення спільного та раціонального використання науково-педагогічного потенціалу ВНЗ-партнерів, проведення науково-дослідних робіт, апробації та використання результатів досліджень, розроблення навчально-методичних комплексів дисциплін й підвищення конкурентоспроможності у глобальних масштабах.

При входженні у консорціум навчальні заклади повністю зберігають свою автономність та мають можливість вільного виходу з об'єднання. Від присутності на глобальному ринку вони отримують чимало переваг: завоювання нової ринкової ніші; можливість ефективно реалізувати модель відкритої освіти на зовнішньому ринку; економію на масштабах; переваги від диверсифікації сфери діяльності; можливість глобального фінансування та нагромадження академічного капіталу; високу репутацію тощо.

Пріоритетними напрямками діяльності освітніх консорціумів слід вважати наступні:

1. Розвиток інноваційних форм організації навчального та освітнього процесів.
2. Обмін досвідом між учасниками консорціуму шляхом проведення конференцій, конгресів, семінарів, симпозіумів, майстер-класів різного формату.
3. Проведення спільних стажувань та розвиток академічної мобільності студентів, аспірантів й викладачів між ВНЗ-учасниками.
4. Запозичення досвіду щодо впровадження нових форм і технологій викладання.
5. Створення спільних навчальних посібників, підручників та освітніх проектів.

6. Залучення партнерів та інвесторів з країн-учасників для практичного втілення перспективних проєктів.

7. Створення єдиної відкритої електронної бази навчально-методичного забезпечення та відкритого комунікаційного простору для діалогу фахівців різного професійного спрямування за темами, які становлять відповідний інтерес.

8. Розвиток нових інфраструктурних форм організації навчально-освітньої діяльності.

Прикладом найбільш успішних консорціумів, що функціонують у різних країнах можуть слугувати Державний технологічний університет (National Technological University) в США, NETTUNO та CUD в Італії, Агенція відкритого навчання (Open Learning Agency) та Contact North / Contact Nord у Канаді. В Австралії успішно функціонує Консорціум восьми традиційних університетів – Відкрите навчання Австралії (Open Learning Australia – OLA). У рамках діяльності даного Консорціуму студенти австралійських університетів мають можливість прослуховування курсів вищих навчальних закладів, що входять до складу цього об'єднання. Зокрема, це стосується курсів за напрямками: мистецтво, соціальні науки, бізнес, технології і прикладні дослідження [1]. Багатий досвід створення консорціумів університетів мають також Китай, Данія, Норвегія, Швеція та Фінляндія.

На особливу увагу заслуговує *IMS Global Learning Consortium* або *IMS Global* чи *IMS GLC* (IMS – Instructional Management System) – міжнародна некомерційна організація, основним завданням якої є забезпечення розширення використання сучасних навчальних технологій в освітній сфері. Свою діяльність консорціум веде з 1995 р. за підтримки більш як 190 організацій – визнаних лідерів у сфері навчальних та освітніх технологій, включаючи провідних постачальників продукції на основі навчальних технологій, провідні інститути у сфері навчання та освіти, а також міжнародні урядові та професійні консорціуми.

Не залишається осторонь глобалізаційних процесів і українська система вищої освіти. 2015 рік став знаменним для створення балтійсько-українського академічного консорціуму в складі наступних навчальних закладів: Каунаський університет Вітаутаса Великого, Східноєвропейський національний університет імені Лесі Українки, Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника, Вища державна професійна школа в Хелмі, Люблінський католицький університет імені Івана Павла II та Європейська асоціація міжнародної освіти (Стокгольм, Швеція).

Порівняно новими утвореннями є консорціуми з дистанційного навчання, які діють у формі *віртуальних університетів*, що мають спільні академічні спрямування. Прикладом можуть слугувати одноштатні університети США (університети штату Техас, Кентукі, Іллінойс, Теннесі, Південної Дакоти, Оклахоми, Огайо, Мічігану), які охоплюють ряд державних інституцій та акредитованих навчальних закладів, що пропонують велику кількість університетських інтерактивних курсів в різних предметних областях. При цьому

вивчення курсів проходить через так званий телекампус (телевізійне університетське містечко).

Більшість держав світу уже сьогодні можуть похизуватися змінами інституційного життя своїх ВНЗ, які адаптувались до нових форм навчальної та наукової співпраці. Поява на ринку *університетів відкритого типу (мегауніверситетів)*, що пропагують дистанційні технології навчання стала справжнім проривом в освітній сфері. Одними з найперших світовими мегауніверситетами дистанційного навчання стали University of South Africa (Африка, 1946 р.), British Open University (Велика Британія, 1969 р.), FernUniversität in Hagen (Німеччина, 1974 р.). Визнаним лідером у системі електронної освіти у світі є Північна Корея, яка за свої новації у 2007 році отримала нагороду від Юнеско. Пустила у хід важку артилерію і Франція вивівши свої вищі школи на міжнародний ринок. Так, перший набір студентів у вересні 2015 років провів французький мегауніверситет Париж-Сакле, який об'єднав 19 ВНЗ Франції та підприємницький сектор Парижу. За свій науковий потенціал та масштабність діяльності він отримав назву Французька силіконова долина.

Показники табл. 2 свідчать про наступну тенденцію: лише 10 – 20% осіб, що навчаються у більшості мегауніверситетів отримують вищу освіту, решта 80% задовольняють свої потреби в навчанні, отримують сертифікати та проміжні документи. Значно кращі результати діяльності, щороку показує Китайський технологічний університет.

Таблиця 2. Основні дані діяльності мегауніверситетів світу на початку ХХІ ст.

№	Назва університету	Студенти, що навчаються для отримання вищої освіти	Щорічний прийом	Щорічний випуск
1	Китайський технологічний університет	530,000	101,000	77,000
2	Національний центр дистанційного навчання Франції	184,614	184,614	28,000
3	Національний відкритий університет імені Індіри Ганді	242,000	91,000	9,250
4	Університет Тербука, Індонезія	353,000	110,000	28,000
5	Університет Пайнайм Ноор, Іран	117,000	34,950	7,563
6	Корейський національний відкритий університет, Корея	210,573	100,000	11,000
7	Університет Північної Африки	130,000	60,000	10,000
8	Національний університет дистанційного навчання, Іспанія	110,000	31,000	2,753
9	Відкритий університет Сукотай Тамматрират, Таїланд	216,000	103,130	12,583
10	Університет Анadolу, Турція	577,804	106,785	26,321
11	Відкритий університет, Великобританія	187,450	50,000	18,389

Джерело: [7]

Така форма інституційної співпраці та поширення знань з кожним роком набуває все більших масштабів. Так, у 2003 р. у м. Шанхай (Китай) пройшов перший Всесвітній саміт керівників мегауніверситетів, на якому була прийнята декларація про створення глобальної мережі таких навчальних закладів (Global Mega-University Net).

За допомогою Інтернет ресурсу студенти мають можливість приймати участь в лекціях і семінарах інших навчальних закладів. Результати їх навчання в університетах-партнерах визнаються усіма учасниками альянсу. Електронна платформа містить великий потенціал й для професорського-викладацького складу: вони мають змогу пропонувати власні навчальні курси іншим вищим закладам освіти, і тим самим розширювати можливість спеціалізації окремих партнерів. Таким чином, електронні університети результують модель гнучких форм навчання й наочно демонструють можливість організації і технічного здійснення обміну освітніми досягненнями.

З метою поглиблення взаємодії між навчальними закладами та забезпечення контролю якості вищої освіти було утворено міжнародне об'єднання – Глобальний альянс транснаціональної освіти, який об'єднав цілу низку ВНЗ, окремі бізнес-структури та міністерства держав світу, що займаються питаннями акредитації та сертифікації навчальних програм. Вагомим здобутком цієї міжнародної інституції стало розроблення трьох варіантів угод співпраці між національними й закордонними ВНЗ. Мова йде про програми-близнюки, спільне визнання програм та систему франчайзингу. Саме на останній і зупинимось більш детально.

Масштабність сектору вищої освіти у світі пов'язують із комерціалізацією результатів діяльності. Таку можливість для комерційних альянсів забезпечила система *франчайзингу*, яка дозволяє закордонному ВНЗ, завдяки організації спільної діяльності з навчальними закладами інших держав світу розвиватися швидше, без втрати належного рівня якості, й з меншими капіталовкладеннями, ніж при використанні традиційних способів організації та здійснення освітньої діяльності. Вагомий внесок у поширення ідей франчайзингу в освітній сфері зробив російський економіст С.О. Нечитайло [6]. У своєму дисертаційному дослідженні «Франчайзинг на ринку освітніх послуг регіону» з позиції змісту та специфічних особливостей він виокремив наступні види університетського франчайзингу:

- *товарний* – являє собою розподільчу систему збуту освітніх продуктів та послуг вироблених ВНЗ-франчайзером;

- *виробничий* – передбачає видачу ВНЗ-франчайзерами ліцензії іншим відомим ВНЗ на використання власного товарного знаку чи марки при створенні ними нових освітніх продуктів і послуг;

- *діловий* – являє собою видачу ліцензії на товарний знак і спосіб ведення освітнього процесу, а також використання відповідного «ноу-хау»;

- *дочірній* – передбачає організацію незалежного навчального процесу під патронатом ВНЗ-франчайзера;

- *конверсійний* – характеризується тим, що освітні продукти і послуги продаються лише ВНЗ-франчайзі, які дали згоду вести свою роботу виключно і згідно освітнього процесу франчайзера.

- *індивідуальний* – являє собою продаж ліцензії (франшизи) на якийсь один вид ведення навчального процесу.

Висновок. Отже, за останні роки глобальний ринок освітніх послуг суттєво збагатився новими формами інституційної співпраці та партнерства, які значно розширили географічні межі здобуття вищої освіти мешканцями різних держав світу. Транснаціональна спрямованість освіти змусила консолідувати зусилля ВНЗ у конкурентній боротьбі з іноземними провайдерами за вступника, науковий і кадровий потенціал. Перспективи подальших наукових досліджень у цій царині слід скерувати на визначення взаємовигідних умов міжуніверситетської співпраці для українських ВНЗ.

1. *Каленюк І. С. Перспективи утворення транскордонних консорціумів університетів / І. С. Каленюк, О. І. Гонта // Вісник Донецького університету. Серія: Економіка і право. – 2011. – Спецвипуск. Т.1.*

2. *Карпущина Е. А. Стратегические альянсы как форма интеграционного взаимодействия в сфере бизнеса и профессионального образования : дис. ... д-ра экон. наук : 08.00.05, 08.00.14 / Е. А. Карпущина. – Москва, 2005.*

3. *Клименко Л. Перспективи і роль академічних консорціумів у процесах реформування вищої освіти в Україні / Л. Клименко, Ю. Кондратенко // Маркетинг в Україні. – 2012. – № 2.*

4. *Красовська О. Ю. Глобальне освітнє середовище / О. Ю. Красовська // Вісник ОНУ імені І.І. Мечнікова. – 2013. – Т. 18. – Вип. 4/2.*

5. *Луныкин А. Н. Развитие форм стратегического взаимодействия профессионального образования и бизнеса: институциональные и управленческие аспекты : автореф. дис. ... д-ра экон. наук : спец. 08.00.01 «Экон. теория» ; 08.00.05 «Экономика и упр. нар. хоз-вом (менеджмент)» / А. Н. Луныкин. – М., 2011.*

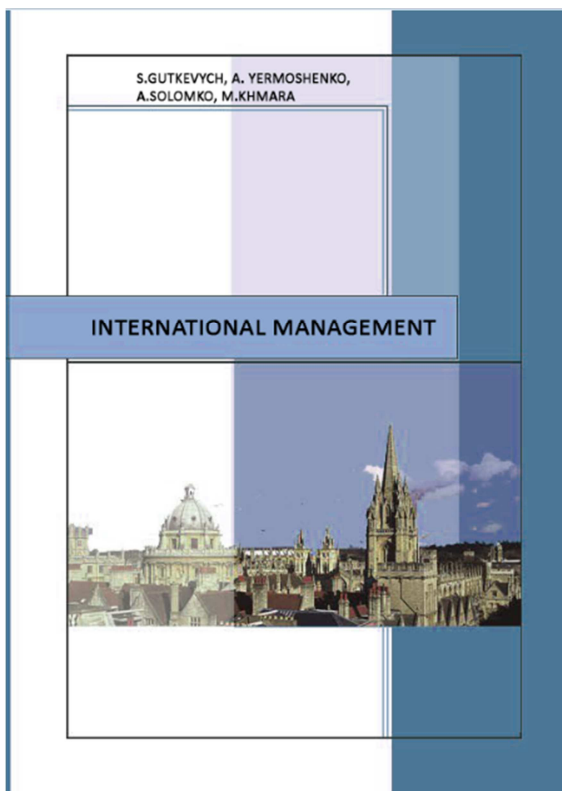
6. *Нечитайло С. А. Франчайзинг на рынке образовательных услуг региона : автореф. дис. ... канд. экон. наук : спец. 08.00.05 «Экономика и управление народным хозяйством: экономика, организация и управление предприятиями, отраслями, комплексами (сфера услуг)» / С. А. Нечитайло. – Тольятти, 2012.*

7. *Тихомиров В. П. Дистанционное образование: история, экономика, тенденции [Электронный ресурс] / В. П. Тихомиров / Всероссийской конференции по дистанционному*

образованию (г. Москва, МЭСИ, 8-9 апреля 1997 г.). – Режим доступа: http://www.e-joe.ru/sod/97/2_97/st065.html.

8. *Rocketing demand is Luring British universities abroad* // *The Economist*. – 2010. – № 28.

Стаття надійшла до редколегії 05.07.2016 р.

ЦЕ ЦІКАВО**INTERNATIONAL MANAGEMENT**

На кафедрі міжнародної економіки Національного університету харчових технологій вийшов друком підручник англійською мовою «International Management» (Україна-Швеція). Автори підручника - д.е.н., проф. Гуткевич С.О., к.е.н. Соломко А.С., к.е.н. Хмара М.П. (Україна) та д.е.н. Єрмошенко А.М. (Швеція).

Підручник складається з восьми розділів, в яких комплексно, на основі класичного менеджменту розглянуто широке коло питань регулювання зовнішньоекономічної і міжнародної економічної діяльності. Аналізуються сутність та організаційна структура міжнародної компанії, розглядаються питання формування, створення та утримання конкурентних переваг міжнародної компанії в

умовах конкурентних ринків. Велика увага приділяється питанням управління персоналом, а також питанням корпоративної культури міжнародної компанії, міжнародній міграції, управлінню експортною та імпоротною діяльністю компаній. Розглянуті у підручнику питання дозволять студентам більш ефективно самостійно вивчати навчальний матеріал.

Підручник буде корисним для викладачів, студентів і всіх, хто цікавиться теорією міжнародного менеджменту.

The new textbook was published at the Department of International Economics in National University of Food Technologies. There are eight chapters in the textbook “International Management” (authors - Gutkevych, A. Yermoshenko A. Solomko, M.Khmara), where in a complex, on the basis of classical management the wide range of questions of regulation of the

foreign economic and international activity are described. The textbook covers aspects of management of the international business: the modern companies as an object of the international management, life cycle of their development are considered. Organizational structures of management of the international companies, characteristic lines of the companies of the future, organizational forms of intercompany integration are shown.

The topics offered in the textbook will allow students to learn a study material more effectively and independently. The textbook will be useful for teachers, students and anyone interested in the theory of international management.

ЦЕ ЦИКАВО**НАУКОВІ ПЕРСПЕКТИВИ**

Традиційно в рамках наукового семінару кафедри міжнародної економіки «Інформаційна культура в сучасному світі» проведено чергове (десяте) засідання круглого столу на тему «Інтелектуальний капітал як основа інвестиційного розвитку» для науковців, викладачів, аспірантів та студентів.

Актуальність теми викликала великий інтерес. Тому в роботі круглого столу традиційно прийняли участь представники Національного технічного університету України «КПІ», Київського національного університету культури і мистецтв, Київської духовної академії і семінарії та інших ВНЗ.

Для проведення круглого столу був створений організаційний комітет із представників не тільки нашого вузу, але й тих, які уже протягом п'яти років активно беруть участь в роботі нашого семінару. Голова організаційного комітету, завідувач кафедри міжнародної економіки, доктор економічних наук, професор Гуткевич Світлана Олександрівна. Відкриваючи засідання наголосила, що в сучасних умовах тема круглого столу є актуальною, оскільки пов'язана з інвестиційною привабливістю та інвестиційною діяльністю країни, впливом на цей процес інтелектуального капіталу. Інтелектуальний капітал стає більш значущим, ніж фізичний, стійкою конкурентною перевагою. Розвиток інтелектуального капіталу пов'язаний з підготовкою висококваліфікованих фахівців, що буде сприяти підвищенню інвестиційної привабливості країни.

Свої матеріали для участі надіслали більше сімдесяти учасників. Цікавими для обговорення були доповіді студентів-членів студентського наукового товариства «Інтелект», що діє на кафедрі міжнародної економіки. Студенти доповіли про значення Нобелівської премії та її найбільш відомих лауреатів в галузі економіки. З актуальними доповідями щодо економічної сутності інтелектуального капіталу та чинників, що впливають на його формування виступили студентки НТУУ «Київський політехнічний інститут». Представлені доповіді викликали жваву дискусію та великий інтерес серед учасників круглого столу. В роботі круглого столу активну участь взяли студенти Київської духовної академії та семінарії, наголошуючи, що інтелектуальний капітал тісно пов'язаний і з духовним розвитком людини.

Під час обговорення учасники круглого столу дійшли згоди, що рівень розвитку та накопичення інтелектуального капіталу визначається інвестиційною привабливістю. Необхідна активізація мотивації системи освіти, що буде сприяти якісному процесу підготовки висококваліфікованих кадрів, а це й буде сприяти інтелектуалізації сучасного суспільства.

Десятий випуск збірника матеріалів круглого столу підготовлено у двох частинах. Він буде корисний усім, хто цікавиться питаннями інтелектуального капіталу та інвестиційного розвитку.

Занозовська О. Г.,

аспірантка кафедри міжнародної економіки,

Національний університет харчових технологій, м. Київ

ЕЛЕКТРОННІ АДРЕСИ НАШИХ АВТОРІВ

Вітряк Тетяна Борисівна	<i>tvitryak@ukr.net</i>
Гуткевич Світлана Олександрівна	<i>gutkevych@ukr.net</i>
Єрмошенко Анастасія Миколаївна	<i>yermoshenko@gmail.com</i>
Матвєєв Володимир Володимирович	<i>v.v.matvieiv@gmail.com</i>
Осецький Валерій Леонідович	<i>val_osetski@ukr.net</i>
Пунчак Леся Андріївна	<i>l_yes@i.ua</i>
Сафонов Юрій Миколайович	<i>sum1971@inbox.ru</i>
Татомир Ірина Любомирівна	<i>tatomur@gmail.com</i>
Федулова Ірина Валентинівна	<i>felina9@bk.ru</i>
Чайковська Вікторія Петрівна	<i>chajkovska@ukr.net</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