

ISSN 2415-8801

Інтелект XXI

№ 5 2017

**НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ХАРЧОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ
ГО «ІНСТИТУТ ПРОБЛЕМ КОНКУРЕНЦІЙ»**

**№ 5
2017**

НАУКОВИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ ЖУРНАЛ «ІНТЕЛЕКТ XXI»

Заснований у 2010 році. Виходить 6 разів 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.**

**Журнал включено до міжнародної наукометричної бази
Index Copernicus (ICV 2016: 40.45)**

Засновники
і видавці:

Національний університет харчових технологій
ГО «Інститут проблем конкуренції»

РЕДАКЦІЙНА КОЛЕГІЯ:

Гуткевич Світлана Олександрівна

– **головний редактор**
доктор економічних наук, професор

Бернат Томаш

– *доктор, професор (Польща)*

Бутнік-Сіверський Олександр Борисович

– *доктор економічних наук, професор*

Єрмошенко Микола Миколайович

– *доктор економічних наук, професор, заслужений
діяч науки і техніки України*

Киричок Петро Олексійович

– *доктор технічних наук, професор*

Корінько Микола Данилович

– *доктор економічних наук, професор*

Міненко Михайло Анатолійович

– *доктор економічних наук, професор*

Мусіна Аміна Аміржанівна

– *доктор економічних наук, професор (Казахстан)*

Пугачов Микола Іванович

– *доктор економічних наук, професор,
член.-кор. НААНУ*

Руденко-Сударєва Лариса Володимирівна

– *доктор економічних наук, професор*

Сафонов Юрій Миколайович

– *доктор економічних наук, професор*

Сологуб Олена Петрівна

– *доктор економічних наук, професор*

Юренієнє Віргінія

– *доктор, професор (Литва)*

Солоха Дмитро Володимирович

– **відповідальний секретар**
доктор економічних наук, доцент

Мова видання: українська, російська, англійська.

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

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

Редакційна колегія матеріали не повертає.

Редакційна колегія не завжди поділяє думку авторів.

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

Технічний секретар – Петрова О.В.

Офіційний сайт <http://www.intellect21.nuft.org.ua>

E-mail: journal@intellect21.nuft.org.ua

Формат 60x84/8. Гарнітура Times New Roman.

Папір офсет. Цифровий друк. Ум.-друк. арк. 15,58.

Підписано до друку 31.10.2017 р. Замов. № 3110/17. Наклад 100 прим.

Виготовлювач: Видавничий дім «Гельветика»

E-mail: mailbox@helvetica.com.ua

Свідоцтво суб'єкта видавничої справи

ДК № 4392 від 20.08.2012 р.

ЗМІСТ

СВІТОВА ЕКОНОМІКА ТА МІЖНАРОДНІ ВІДНОСИНИ

Засенко О.Ю. СТРАТЕГІЧНІ ПРІОРИТЕТИ РОЗВИТКУ СВІТОВОГО РИНКУ ЕЛЕКТРОННОЇ КОМЕРЦІЇ.....	9
Клепанчук О.Ю. МІЖНАРОДНИЙ ДОСВІД ФІНАНСУВАННЯ ДОШКІЛЬНИХ І ШКІЛЬНИХ ЗАКЛАДІВ ЯК ЗАПОРУКА МАЙБУТНЬОГО ТА ПЕРСПЕКТИВИ ЙОГО ВПРОВАДЖЕННЯ В УКРАЇНІ.....	13
Ковбаса В.А. КОМПЛЕМЕНТАРНІ ВАЛЮТНІ СИСТЕМИ ТА КРИПТОВАЛЮТИ: КЛАСИФІКАЦІЯ ТА АНАЛІЗ ДОЦІЛЬНОСТІ ВИКОРИСТАННЯ.....	17
Пригара О.Ю., Журило В.В. КОНСТРУЮВАННЯ ЕКОНОМІЧНОЇ КАТЕГОРІЇ «МІЖНАРОДНЕ ПОЗИЦІОНУВАННЯ ТОВАРУ» ТА МЕХАНІЗМ РОЗРОБКИ СТРАТЕГІЇ ПОЗИЦІОНУВАННЯ НА МІЖНАРОДНОМУ РИНКУ.....	23
Рябченко К.М. ВПЛИВ ФАЗ ВЕЛИКИХ ЕКОНОМІЧНИХ ЦИКЛІВ НА ПРОДОВОЛЬЧИЙ РИНОК УКРАЇНИ.....	31
Сухоставець А.І. ВПЛИВ ГЛОБАЛЬНИХ ПРОЦЕСІВ НА СОЦІАЛЬНИЙ КАПІТАЛ АГРАРНОЇ СФЕРИ.....	36

НАЦІОНАЛЬНА ЕКОНОМІКА

Бабій І.В. СТРАТЕГІЧНІ МОДЕЛІ ТА МЕТОДИ УПРАВЛІННЯ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ ЗА УМОВ СОТ.....	39
Желіско О.О. ДЕРЖАВНЕ РЕГУЛЮВАННЯ ІНСТИТУЦІОНАЛЬНИХ ЗМІН ЯК ОДНА З ГОЛОВНИХ ДЕТЕРМІНАНТ СИСТЕМИ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМНИЦТВА.....	43
Забалдіна Ю.Б., Тараненко А.П. ФОРМУВАННЯ ІВЕНТИВНОГО ПОРТФЕЛЯ ТУРИСТИЧНИХ ДЕСТИНАЦІЙ.....	48
Овчиннікова В.О. ТРАНСФОРМАЦІЯ ТЕОРІЇ СТРАТЕГІЧНОГО УПРАВЛІННЯ РОЗВИТКОМ ЗАЛІЗНИЧНОГО ТРАНСПОРТУ.....	53
Петренко Н.О. СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНЕ ПРОГНОЗУВАННЯ ТА ОЦІНКА МАРКЕТИНГОВОГО ПОТЕНЦІАЛУ АГРАРНОЇ СФЕРИ РЕГІОНІВ УКРАЇНИ.....	58
Рудень В.В. ПРО РИЗИКИ В ЗАКОНОДАВЧОМУ ЗАПРОВАДЖЕННІ В УКРАЇНІ ЕКОНОМІЧНОГО МЕХАНІЗМУ ОПЛАТИ НАДАНИХ МЕДИЧНИХ ПОСЛУГ НАСЕЛЕННЮ «ГРОШІ ХОДЯТЬ ЗА ПАЦІЄНТОМ» ТА ШЛЯХИ ЇХ МІНІМІЗАЦІЇ НА РІВНІ СІЛЬСЬКИХ ОБ'ЄДНАНИХ ТЕРИТОРІАЛЬНИХ ГРОМАД.....	63
Сіренко С.О., Мережко Н.В., Тернова А.С. ОСОБЛИВОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ СФЕРИ ПОСЛУГ В РИНКОВОМУ СЕРЕДОВИЩІ УКРАЇНИ.....	68
Чакалова К.О. ХАРАКТЕРИСТИКА ОРГАНІЗАЦІЙНОГО СЕРЕДОВИЩА ВНУТРІШНЬОГО РИНКУ ПРАЦІ НА ПРИКЛАДІ УКРАЇНСЬКИХ ФАРМАЦЕВТИЧНИХ КОМПАНІЙ.....	73

ІНВЕСТИЦІЙНО-ІННОВАЦІЙНА ДІЯЛЬНІСТЬ

Каленська В.П. ІНВЕСТИЦІЙНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ РАДІАЦІЙНО ЗАБРУДНЕНИХ ТЕРИТОРІЙ: ПРОБЛЕМИ ТА ШЛЯХИ ОПТИМІЗАЦІЇ.....	78
Лещук Г.В. ПРОСТОРОВА АСИМЕТРІЯ ІНВЕСТИЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ У РОЗВИТКУ ІНФРАСТРУКТУРИ РЕГІОНІВ УКРАЇНИ.....	84

Рубанов П.М. АЛЬТЕРНАТИВНЕ ОНЛАЙН-ФІНАНСУВАННЯ ДЛЯ МАЛОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА: КРОС-КРАЇНОВИЙ АНАЛІЗ.....	89
Сержанов В.В. ОЦІНЮВАННЯ РЕЗУЛЬТАТИВНОСТІ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ПОЛІТИКИ ДЕРЖАВИ.....	96

БІЗНЕС ТА ІНТЕЛЕКТУАЛЬНИЙ КАПІТАЛ

Гудзь Ю.Ф. ПРОБЛЕМИ УПРАВЛІННЯ ЕКОНОМІЧНОЮ СТІЙКІСТЮ ПІДПРИЄМСТВ БОРОШНОМЕЛЬНО-КРУП'ЯНОЇ ГАЛУЗІ.....	100
Данчевська І.Р. ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ДЕРЖАВНОГО ФІНАНСОВОГО АУДИТУ ВИКОНАННЯ МІСЦЕВИХ БЮДЖЕТІВ.....	107
Кармазінова В.Д. МАРКЕТИНГОВА КОМУНІКАЦІЙНА ПОЛІТИКА МАРКЕТИНГОВИХ ДОСЛІДНИХ АГЕНТСТВ.....	111
Коваленко Д.С. ДОСЛІДЖЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ГОТЕЛЬНОГО ПРОДУКТУ НА ОСНОВІ ОЦІНКИ СИНЕРГЕТИЧНИХ ВЗАЄМОЗВ'ЯЗКІВ ПРОЦЕСІВ ЙОГО ФОРМУВАННЯ.....	116
Череп А.В., Урусова З.П. АВТОМАТИЗАЦІЯ ОСББ ЯК ІНСТРУМЕНТ УПРАВЛІННЯ ЖИТЛОВО-КОМУНАЛЬНИМ ГОСПОДАРСТВОМ В УКРАЇНІ.....	119
Шедяков В.Є. АКЦЕНТУВАННЯ ІНТЕЛЕКТОЄМНОЇ ТВОРЧОСТІ – УМОВА ФОРМУВАННЯ ЕКОНОМІКИ, ЗАСНОВАНОЇ НА ЗНАННЯХ.....	124
Янковець Т.М. УПРАВЛІННЯ ЕФЕКТИВНІСТЮ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ З ВИРОБНИЦТВА ОДЯГУ В СУЧАСНИХ УМОВАХ.....	129

ІНФОРМАЦІЯ 134

СОДЕРЖАНИЕ

МИРОВАЯ ЭКОНОМИКА И МЕЖДУНАРОДНЫЕ ОТНОШЕНИЯ

Засенко А.Ю. СТРАТЕГИЧЕСКИЕ ПРИОРИТЕТЫ РАЗВИТИЯ МИРОВОГО РЫНКА ЭЛЕКТРОННОЙ КОММЕРЦИИ.....	9
Клепанчук О.Ю. МЕЖДУНАРОДНЫЙ ОПЫТ ФИНАНСИРОВАНИЯ ДОШКОЛЬНЫХ И ШКОЛЬНЫХ УЧРЕЖДЕНИЙ КАК ЗАЛОГ БУДУЩЕГО И ПЕРСПЕКТИВЫ ЕГО ВНЕДРЕНИЯ В УКРАИНЕ.....	13
Ковбаса В.А. КОМПЛЕМЕНТАРНЫЕ ВАЛЮТНЫЕ СИСТЕМЫ И КРИПТОВАЛЮТЫ: КЛАССИФИКАЦИЯ И АНАЛИЗ ЦЕЛЕСООБРАЗНОСТИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ.....	17
Пригара О.Ю., Журило В.В. КОНСТРУИРОВАНИЕ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ КАТЕГОРИИ «МЕЖДУНАРОДНОЕ ПОЗИЦИОНИРОВАНИЕ ТОВАРА» И МЕХАНИЗМ РАЗРАБОТКИ СТРАТЕГИИ ПОЗИЦИОНИРОВАНИЯ НА МЕЖДУНАРОДНОМ РИНКЕ.....	23
Рябченко К.Н. ВЛИЯНИЕ ФАЗ БОЛЬШИХ ЭКОНОМИЧЕСКИХ ЦИКЛОВ НА ПРОДОВОЛЬСТВЕННЫЙ РЫНОК УКРАИНЫ.....	31
Сухоставец А.И. ВЛИЯНИЕ ГЛОБАЛЬНЫХ ПРОЦЕССОВ НА СОЦИАЛЬНЫЙ КАПИТАЛ АГРАРНОЙ СФЕРЫ.....	36

НАЦИОНАЛЬНАЯ ЭКОНОМИКА

Бабий И.В. СТРАТЕГИЧЕСКИЕ МОДЕЛИ И МЕТОДЫ УПРАВЛЕНИЯ ВЭД ПРЕДПРИЯТИЙ В УСЛОВИЯХ ВТО.....	39
Желизко А.А. ГОСУДАРСТВЕННОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ ИНСТИТУЦИОНАЛЬНЫХ ИЗМЕНЕНИЙ КАК ОДНА ИЗ ГЛАВНЫХ ДЕТЕРМИНАНТ СИСТЕМЫ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА.....	43
Забалдина Ю.Б., Тараненко А.П. ФОРМИРОВАНИЕ ИВЕНТИВНОГО ПОРТФЕЛЯ ТУРИСТИЧЕСКИХ ДЕСТИНАЦИЙ.....	48
Овчинникова В.А. ТРАНСФОРМАЦИЯ ТЕОРИИ СТРАТЕГИЧЕСКОГО УПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЕМ ЖЕЛЕЗНОДОРОЖНОГО ТРАНСПОРТА.....	53
Петренко Н.А. СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОЕ ПРОГНОЗИРОВАНИЕ И ОЦЕНКА МАРКЕТИНГОВОГО ПОТЕНЦИАЛА АГРАРНОЙ СФЕРЫ РЕГИОНОВ УКРАИНЫ.....	58
Рудень В.В. О РИСКАХ В ЗАКОНОДАТЕЛЬНОМ ВНЕДРЕНИИ В УКРАИНЕ ЭКОНОМИЧЕСКОГО МЕХАНИЗМА ОПЛАТЫ ПРЕДОСТАВЛЕННЫХ МЕДИЦИНСКИХ УСЛУГ НАСЕЛЕНИЮ «ДЕНЬГИ ХОДЯТ ЗА ПАЦИЕНТОМ» И ПУТЯХ ИХ МИНИМИЗАЦИИ НА УРОВНЕ СЕЛЬСКИХ ОБЪЕДИНЕННЫХ ТЕРРИТОРИАЛЬНЫХ ОБЩИН.....	63
Сиренко С.А., Мережко Н.В., Терновая А.С. ОСОБЕННОСТИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ СФЕРЫ УСЛУГ В РЫНОЧНОЙ СРЕДЕ УКРАИНЫ.....	68
Чакалова К.А. ХАРАКТЕРИСТИКА ОРГАНИЗАЦИОННОЙ СРЕДЫ ВНУТРЕННЕГО РЫНКА ТРУДА НА ПРИМЕРЕ УКРАИНСКИХ ФАРМАЦЕВТИЧЕСКИХ КОМПАНИЙ.....	73

ИНВЕСТИЦИОННО-ИННОВАЦИОННАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ

Каленская В.П. ИНВЕСТИЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ РАДИАЦИОННО ЗАГРЯЗНЕННЫХ ТЕРРИТОРИЙ: ПРОБЛЕМЫ И ПУТИ ОПТИМИЗАЦИИ.....	78
---	----

Лещук Г.В. ПРОСТРАНСТВЕННАЯ АСИММЕТРИЯ ИНВЕСТИЦИОННЫХ ПРОЦЕССОВ В РАЗВИТИИ ИНФРАСТРУКТУРЫ РЕГИОНОВ УКРАИНЫ.....	84
Рубанов П.Н. АЛЬТЕРНАТИВНОЕ ОНЛАЙН-ФИНАНСИРОВАНИЕ ДЛЯ МАЛОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА: КРОСС-СТРАНОВОЙ АНАЛИЗ.....	89
Сержанов В.В. ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТИВНОСТИ ИНВЕСТИЦИОННОЙ ПОЛИТИКИ ГОСУДАРСТВА.....	96

БИЗНЕС И ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНЫЙ КАПИТАЛ

Гудзь Ю.Ф. ПРОБЛЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ УСТОЙЧИВОСТЬЮ ПРЕДПРИЯТИЙ МУКОМОЛЬНО-КРУПЯНОЙ ОТРАСЛИ.....	100
Данчевская И.Р. ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ГОСУДАРСТВЕННОГО ФИНАНСОВОГО АУДИТА ВЫПОЛНЕНИЯ МЕСТНЫХ БЮДЖЕТОВ.....	107
Кармазинова В.Д. МАРКЕТИНГОВАЯ КОММУНИКАЦИОННАЯ ПОЛИТИКА МАРКЕТИНГОВЫХ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИХ АГЕНТСТВ.....	111
Коваленко Д.С. ИССЛЕДОВАНИЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ГОСТИНИЧНОГО ПРОДУКТА НА ОСНОВЕ ОЦЕНКИ СИНЕРГЕТИЧЕСКИХ ВЗАИМОСВЯЗЕЙ ПРОЦЕССОВ ЕГО ФОРМИРОВАНИЯ.....	116
Череп А.В., Урусова З.П. АВТОМАТИЗАЦИЯ ОСМД КАК ИНСТРУМЕНТ УПРАВЛЕНИЯ ЖИЛИЩНО-КОММУНАЛЬНЫМ ХОЗЯЙСТВОМ В УКРАИНЕ.....	119
Шедяков В.Е. АКЦЕНТИРОВАНИЕ ИНТЕЛЛЕКТОЁМКОГО ТВОРЧЕСТВА – УСЛОВИЕ ФОРМИРОВАНИЯ ЭКОНОМИКИ, ОСНОВАННОЙ НА ЗНАНИЯХ.....	124
Янковец Т.Н. УПРАВЛЕНИЕ ЭФФЕКТИВНОСТЬЮ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ ПО ПРОИЗВОДСТВУ ОДЕЖДЫ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ.....	129

ИНФОРМАЦИЯ

134

CONTENTS

WORLD ECONOMY AND INTERNATIONAL RELATIONS

Zasenko O. STRATEGIC GUIDELINES OF THE WORLD MARKET E-COMMERCE DEVELOPMENT.....	9
Klepanchuk O. INTERNATIONAL EXPERIENCE OF FINANCING PRE-SCHOOL AND SCHOOL ESTABLISHMENTS AS A PLEDGE OF THE FUTURE AND PROSPECTS FOR ITS IMPLEMENTATION IN UKRAINE.....	13
Kovbasa V. COMPLEMENTARY CURRENCY SYSTEMS AND CRYPTOCURRENCIES: CLASSIFICATION AND USEFULNESS.....	17
Prygara O., Zhurylo V. CONSTRUCTING OF ECONOMIC CATEGORY "INTERNATIONAL POSITIONING OF GOODS" AND THE MECHANISM OF FORMING OF POSITIONING STRATEGY ON AN INTERNATIONAL MARKET.....	23
Ryabchenko K. INFLUENCE OF PHASES OF LARGE ECONOMIC CYCLES ON THE UKRAINE'S FOOD MARKET.....	31
Sukhostavets A. THE IMPACT OF GLOBAL PROCESSES ON SOCIAL CAPITAL OF AGRICULTURAL SPHERE.....	36

NATIONAL ECONOMY

Babij I. STRATEGIC MODELS AND METHODS OF ENTERPRISE'S FOREIGN ECONOMIC ACTIVITY MANAGEMENT UNDER THE WTO CONDITIONS.....	39
Zhelizko O. GOVERNMENT REGULATION OF INSTITUTIONAL CHANGES AS ONE OF THE MAIN DETERMINANTS OF THE ECONOMIC SECURITY SYSTEM OF ENTREPRENEURSHIP.....	43
Zabaldina Y., Taranenko A. TOURIST DESTINATION'S EVENT PORTFOLIO FORMATION.....	48
Ovchynnikova V. TRANSFORMATION OF THE THEORY OF STRATEGIC MANAGEMENT BY DEVELOPMENT OF RAILWAY TRANSPORT.....	53
Petrenko N. SOCIAL AND ECONOMIC FORECASTING AND EVALUATION OF MARKETING POTENTIAL AGRARIAN SPHERE UKRAINIAN REGIONS.....	58
Ruden' V. ABOUT THE RISKS IN THE LEGISLATIVE IMPLEMENTATION OF ECONOMIC MECHANISM TO PAY THE PROVIDED MEDICAL SERVICES TO THE POPULATION IN UKRAINE "MONEY FOLLOWS THE PATIENT" AND WAYS OF THEIR MINIMIZATION AT THE LEVEL OF THE RURAL UNITED TERRITORIAL COMMUNITIES.....	63
Sirenko S., Merezhko N., Ternova A. FEATURES OF ACTIVITY OF SERVICE ENTERPRISES IN THE MARKET ENVIRONMENT OF UKRAINE.....	68
Chakalova K. CHARACTERISTICS OF THE ORGANIZATIONAL ENVIRONMENT OF THE INTERNAL LABOUR MARKET ON THE EXAMPLE OF UKRAINIAN PHARMACEUTICAL COMPANIES.....	73

INVESTMENT AND INNOVATIVE ACTIVITIES

Kalenska V. INVESTMENT PROVISION OF AGRICULTURAL ENTERPRISES IN THE TERRITORIES POLLUTED BY RADIATION: PROBLEMS AND WAYS OF OPTIMIZATION.....	78
--	----

Leshuk H. SPATIAL ASYMMETRY OF THE INVESTMENT PROCESSES IN DEVELOPMENT OF REGIONS INFRASTRUCTURE OF UKRAINE.....	84
Rubanov P. ONLINE ALTERNATIVE FINANCE FOR SMALL ENTREPRENEURSHIP: CROSS-COUNTRY ANALYSIS.....	89
Serzhanov V. EVALUATION OF RESULTABILITY OF THE STATE INVESTMENT POLICY.....	96

BUSINESS AND INTELLECTUAL CAPITAL

Gudz' Yu. PROBLEMS OF ECONOMIC STAKEHOLDER MANAGEMENT OF BORROWING-GROWING BUSINESS ENTERPRISES.....	100
Danchevs'ka I. PERSPECTIVES FOR DEVELOPMENT OF PUBLIC FINANCIAL AUDIT OF LOCAL BUDGET IMPLEMENTATION.....	107
Karmazanova V. MARKETING COMMUNICATION POLICY OF THE MARKETING RESEARCH AGENCIES.....	111
Kovalenko D. HOTEL PRODUCT COMPETITIVENESS RESEARCH BASED ON EVALUATION OF SYNERGETIC RELATIONSHIP OF ITS FORMATION PROCESSES.....	116
Cherep A., Urusova Z. AUTOMATIZATION OF ACMH AS A TOOL FOR HOUSING MANAGEMENT IN UKRAINE.....	119
Shedyakov V. ACCENTUATION OF INTELLECT-CAPACITY CREATIVITY IS THE CONDITION OF FORMATION OF THE ECONOMY BASED ON KNOWLEDGE.....	124
Iankovets T. MANAGING EFFICIENCY OF ENTERPRISE ACTIVITY OF CLOTHING ENTERPRISES IN MODERN CONDITIONS.....	129

INFORMATION

СВІТОВА ЕКОНОМІКА ТА МІЖНАРОДНІ ВІДНОСИНИ

УДК 339:004.738.5

Засенко О.Ю.

здобувач кафедри світового господарства
і міжнародних економічних відносин,
Інститут міжнародних відносин

Київського національного університету імені Тараса Шевченка

СТРАТЕГІЧНІ ПРІОРИТЕТИ РОЗВИТКУ СВІТОВОГО РИНКУ ЕЛЕКТРОННОЇ КОМЕРЦІЇ

Стаття присвячена дослідженню стратегічних пріоритетів розвитку світового ринку електронної комерції. Сучасний етап функціонування глобального економічного середовища в умовах зростання значення глобальних інформаційних систем характеризується закономірним розширенням торговельних та виробничо-комерційних зв'язків з використанням нових інструментів господарської взаємодії, зокрема у сфері електронної комерційної діяльності. Проаналізовано питання ефективного здійснення електронних комерційних операцій, виокремлено пріоритети розширення використання зазначеного способу міжнародної торговельно-економічної взаємодії. Визначено особливості розвитку електронної комерції в країнах світового співтовариства, її вплив на функціональну взаємодію між учасниками ринкових відносин. Обґрунтовано специфічні особливості електронної комерційної діяльності, що мають тісний зв'язок із сучасними тенденціями розвитку світового господарства.

Ключові слова: електронна комерція, світовий ринок електронної комерції, міжнародна торговельно-економічна взаємодія, сучасні інформаційні технології, електронно-торговельні операції, електронна комерційна діяльність.

СТРАТЕГИЧЕСКИЕ ПРИОРИТЕТЫ РАЗВИТИЯ
МИРОВОГО РЫНКА ЭЛЕКТРОННОЙ КОММЕРЦИИ

Засенко А.Ю.

Статья посвящена исследованию стратегических приоритетов развития мирового рынка электронной коммерции. Современный этап функционирования глобальной экономической среды в условиях возрастания значения глобальных информационных систем характеризуется закономерным расширением торговых и производственно-коммерческих связей с использованием новых инструментов хозяйственного взаимодействия, в частности в сфере электронной коммерческой деятельности. Проанализирован вопрос эффективного осуществления электронных коммерческих операций, выделены приоритеты расширения использования отмеченного способа международного торгово-экономического взаимодействия. Определены особенности развития электронной коммерции в странах мирового сообщества, ее влияние на функциональное взаимодействие между участниками рыночных отношений. Обоснованы специфические особенности электронной коммерческой деятельности, которые имеют тесную связь с современными тенденциями развития мирового хозяйства.

Ключевые слова: электронная коммерция, мировой рынок электронной коммерции, международное торгово-экономическое взаимодействие, современные информационные технологии, электронно-торговые операции, электронная коммерческая деятельность.

STRATEGIC GUIDELINES OF THE WORLD MARKET E-COMMERCE DEVELOPMENT

Zasenko O.

The article is devoted to the study of strategic guidelines for the development of the global e-commerce market. The current stage in the functioning of the global economic environment in terms of the growing importance of global information systems is characterized by a logical expansion of trading and production-and-commercial ties with the use of new economic interaction tools, including in the field of electronic commerce. The issues of effective implementation of electronic business transactions have been analyzed and the priorities of expanding use of the mentioned method of international trade-and-economic interaction have been identified. The peculiarities of the e-commerce development in the countries of the world community, its influence on the functional interaction between participants of the market relations have been determined. The specific peculiarities of the electronic commercial activity which have close relation to modern tendencies of the world economy development have been substantiated.

Keywords: e-commerce, world e-commerce market, international trade and economic interaction, latest information technologies, e-commerce trade operations, e-commerce activity.

Постановка проблеми. Глобальний економічний простір на сучасному етапі його функціонування та розвитку значною мірою характеризується розширенням співробітництва між його суб'єктами в різних напрямках. Йдеться про закономірне розширення торговельних та виробничо-комерційних зв'язків, фінансово-інноваційне, науково-технічне, техніко-технологічне співробітництво. Надбання науково-технічного прогресу, що супроводжують розвиток світового господарства, дають змогу використовувати нові методи, способи, інструменти взаємодії, використання яких ґрунтується на нових інформаційних, наукових, технологічних рішеннях. У зв'язку з цим особливого значення набуває електронна комерція як ефективний напрям розвитку міжнародної комерційної діяльності. Цей напрям торговельно-економічної взаємодії передбачає застосування новітніх інформаційних технологій, які дають змогу пришвидшити, удосконалити та урізноманітнити торговельно-комерційні операції на світовому ринку.

Через це особливої актуальності набувають питання підвищення ефективності реалізації електронних комерційних операцій, обґрунтування стратегічних орієнтирів подальшого розвитку та розширення світового ринку електронної комерції.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідження передумов становлення, особливостей функціонування та розвитку світового ринку електронної комерції знайшло відображення в наукових працях таких зарубіжних та вітчизняних вчених, як, зокрема, К. Гревліч, Д. Еймор, Д. Кір, Д. Козьє, Н. Меджибовська, В. Павлова, В. Плєскач, А. Саммер, Т. Тардаскіна, Р. Царьов.

Проте недостатньо висвітленими залишаються питання стратегічних пріоритетів розвитку світового ринку електронної комерції, які формуються в умовах високого ступеня інформатизації та технологізації суспільства, можливості їх реалізації в окремих країнах світу.

Постановка завдання. Метою статті є визначення передумов розвитку світового ринку електронної комерції та виокремлення стратегічних пріоритетів його подальшого функціонування.

Виклад основного матеріалу дослідження. Електронна комерція виступає важливою складовою розвитку глобального торговельно-фінансового простору. Вона передбачає використання таких форм операцій, за яких взаємодія сторін здійснюється електронним способом замість фізичного обміну або безпосереднього фізичного контакту, в результаті чого право власності або право користування товаром або послугою передається від однієї особи до іншої. В широкому розумінні це виробництво, поширення, маркетинг, продаж або доставка товарів і послуг електронним способом [9].

Застосування системи електронної комерції дає її учасникам такі переваги. По-перше, електронна комерція дає можливість найдрібнішим виробникам досягати глобальної присутності і здійснювати господарську діяльність у світовому масштабі. Покупці мають можливість глобального вибору з усіх потенційних продавців, що пропонують певні товари або послуги, незалежно від їх географічного положення. По-друге, електронна комерція дає можливість оптимізувати товарні потоки [3]. Товари доставляються

безпосередньо від виробника споживачу, виключаючи посередницьку ланку у реалізації. По-третє, укладання угоди за допомогою електронної комерції зменшує витрати на обслуговування операції, що приводить до зниження цін для покупців. По-четверте, інноваційні бізнес-моделі, такі як віртуальні підприємства, агенти, технологи, значною мірою збільшують ефективність комерційної діяльності. Електронна комерція відкриває можливість появи нових товарів та послуг. По-п'яте, використовуючи засоби електронної взаємодії, підприємства мають змогу одержувати деталізовану інформацію про потреби кожного споживача та автоматично пропонувати товари й послуги, приймати через Інтернет і обробляти замовлення клієнтів.

Серед основних видів електронної комерції варто виділити такі. Business-to-business (B2B) включає в себе всі рівні взаємодії між компаніями. При цьому можуть використовуватися спеціальні технології і стандарти електронного обміну даними. Основу наступного напрямку, а саме business-to-consumer (B2C), складає електронна роздрібна торгівля, а взаємодія бізнесу і адміністрації (business-to-administration (B2A)) включає ділові зв'язки комерційних структур з державними організаціями, починаючи від місцевої влади і закінчуючи міжнародними організаціями. Напрямок consumer-to-administration (C2A) є найменш розвиненим, проте має досить високий потенціал, який може бути використаний для організації взаємодії державних структур та споживачів, особливо в соціальній і податковій сфері. Електронна комерція дає також можливість взаємодії споживачів для обміну комерційною інформацією (напрямок consumer-to-consumer (C2C)). Йдеться про обмін досвідом придбання того чи іншого товару, взаємодії з різними підприємствами тощо [10].

Розвиток електронної комерції в розвинених країнах характеризується інтенсифікацією онлайн-операцій, збільшенням кількості онлайн-покупців, застосуванням суб'єктами господарювання нових технологій в управлінні та виробництві, модернізацією інформаційних технологій, вдосконаленням маркетингу продукції, розширенням використання електронних грошей та банківських карток під час здійснення розрахунків, збільшенням частки операцій, що здійснюються з використанням мобільних пристроїв [8]. Цьому значною мірою сприяє можливість встановлення відносно низьких цін, зменшення витрат на організацію торговельних процесів. Проте слід зауважити, що ефективність діяльності підприємств електронної комерції значною мірою залежить від рівня проникнення Інтернету, налагодженості процесу доставки, зручності пропонування сервісів тощо. Найбільша частка продажів у світі, яка припадає на онлайн-операції, спостерігається в секторах медіа, спортивних товарів, електроніки, меблів, а також одягу, засобів особистого догляду, їжі, напоїв [2]. Частка інтернет-торгівлі в обсягах світової роздрібною торгівлі представлена на рис. 1.

Система електронної комерції, поєднуючи в собі можливість як дистанційної оплати, так і дистанційної купівлі, набуває останнім часом все більшого поширення, особливо з розвитком Інтернету. За обсягами ринків електронної комерції світовими лідерами є Китай та США. Хоча ці країни характеризуються зростаючими обсягами електронних ринків, більш перспективним вважається китайський ринок. З огляду на

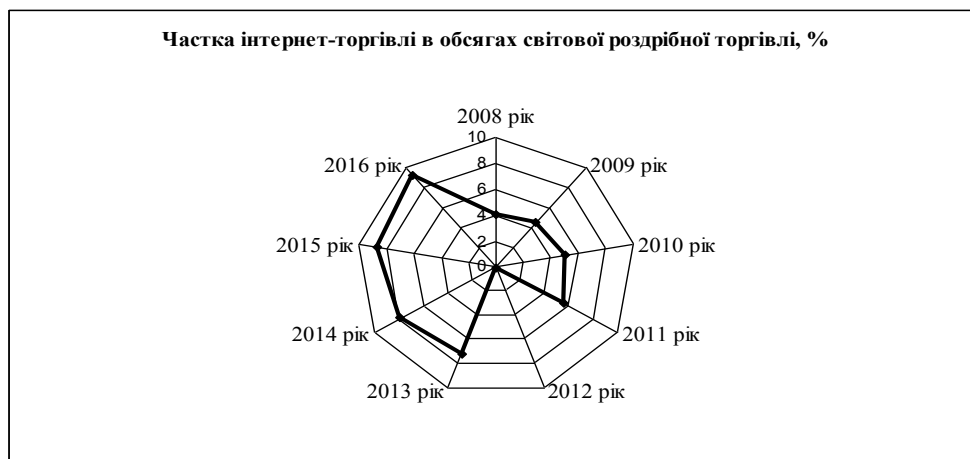


Рис. 1. Частка інтернет-торгівлі в обсягах світової роздрібної торгівлі, % [2]

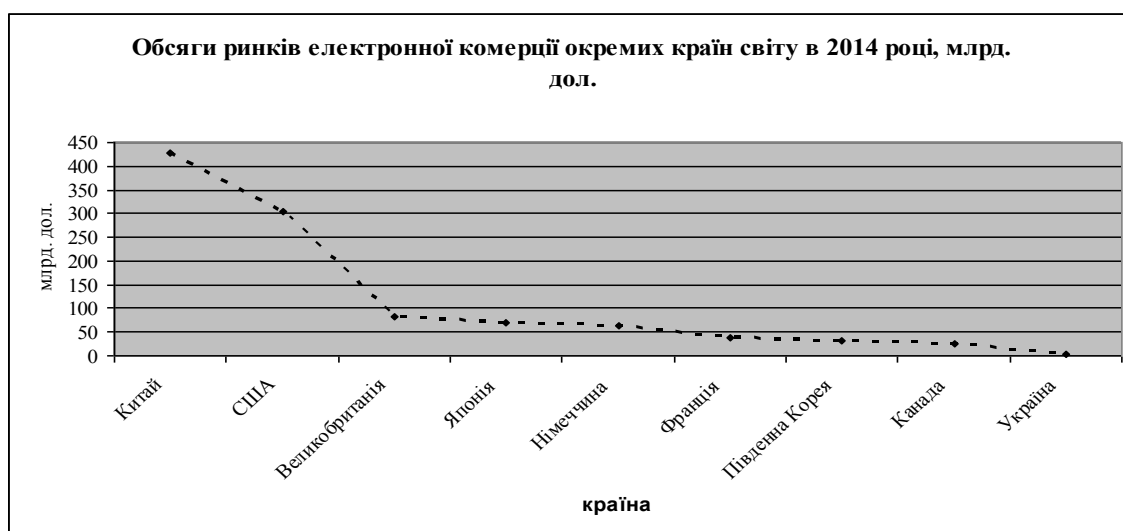


Рис. 2. Обсяги ринків електронної комерції окремих країн світу в 2014 році, млрд. дол. [2]

це в регіональному аспекті найбільш перспективним є Азіатсько-Тихоокеанський регіон. Обсяги ринків електронної комерції окремих країн світу в 2014 році представлені на рис. 2.

Найвищі показники проникнення Інтернету понад 80% є характерними для Нідерландів, Німеччини, Великобританії, Франції, саме тому ці країни характеризуються найвищим відсотком споживачів, що здійснюють операції з підприємствами електронної комерції [2]. Водночас варто відзначити, що темпи зростання інтернет-торгівлі в країнах, що розвиваються, є вищими, ніж в розвинутих країнах. Так, наприклад, частка проникнення Інтернету за період 2010–2015 років в Україні збільшилася майже в 2,5 рази. Крім того, Україна характеризується швидкими темпами поширення мобільного Інтернету, завдяки чому вона випередила інші європейські країни за таким показником, як темпи зростання продажів в Інтернет [1]. Варто відзначити, що в Україні близько 14% населення користуються послугами інтернет-торгівлі. Проте темпи зростання інтернет-торгівлі в Україні значно перевищують роздрібний сегмент, що свідчить про динамічне зростання

вітчизняного ринку електронної комерції [4]. В Україні розвивається ринок товарів і послуг, для оплати яких електронна комерція є зручним платіжним інструментом [5]. Близько 67% українських інтернет-користувачів відвідують сайти, що працюють в сфері електронної комерції. Серед них пріоритетне значення мають OLX.ua (40,4% користувачів), Rozetka.com.ua (32,5%), Prom.ua (26,5%), Aliexpress.com (15,5%), Ria.com (12,4%). Зауважимо, що обсяги інтернет-продажів мають стійку тенденцію до зростання.

Водночас низка причин різноспрямованого характеру здійснює негативний вплив на розвиток українського ринку електронної комерції. Йдеться передусім про низьку платоспроможність населення, недостатній рівень розвитку телекомунікаційної інфраструктури, значну різницю у рівні інформатизації великих міст та регіонів країни тощо [6]. Важливим позитивним кроком у напрямі розвитку ринку електронної комерції стало прийняття Закону України «Про електронну комерцію», який визначає організаційно-правові засади діяльності у сфері електронної комерції в Україні [7].

Формування світового ринку електронної комерції знаходиться у тісному взаємозв'язку зі специфікою та особливостями функціонування національних електронних комерційних ринків. З огляду на це стратегічними пріоритетами розвитку світового ринку електронної комерції слід вважати такі. По-перше, подальше удосконалення нормативно-правових та організаційно-технічних аспектів розвитку ринку. По-друге, сприяння спрощенню взаємодії суб'єктів електронної торгівлі з метою подальшого розширення міжнародних електронних комерційних операцій. По-третє, розвиток мобільної електронної комерції та здійснення розрахункових операцій з використанням смартфонів, планшетів та інших мобільних пристроїв. По-четверте, індивідуальний підхід до формування взаємовідносин з кожним окремим споживачем, створення для нього диференційованих товарів та послуг. По-п'яте, посилення взаємозв'язку роздрібною та онлайн-торгівлі, зокрема в напрямі пропонування споживачам можливості замовлення продукції онлайн, вигідних та зручних умов її доставки, обміну та повернення в разі необхідності. По-шосте, використання новітніх технологій, які дають можливість посилити аудіовізуальні властивості реклами продукції в мережі. Йдеться, зокрема, про впровадження технологій 3D для моделювання товарів продукції в натураль-

ному вигляді в мережі з метою надання їм більш повної характеристики для залучення нових клієнтів, впровадження технологій перегляду відео з можливістю переходу в один клік від перегляду відео до інтернет-магазинів для придбання певного продукту. По-сьоме, розвиток електронної комерції через соціальні мережі, які виступають в ролі маркетингової платформи для реклами інтернет-магазинів, дають змогу посилити контент та використати всі можливості, що надає контент-маркетинг в цій сфері.

Висновки з проведеного дослідження. Визначення стратегічних пріоритетів розвитку світового ринку електронної комерції має велике значення для формування пріоритетних засад міжнародної торговельно-економічної взаємодії. Сучасні технологи трансформують основні принципи традиційної ринкової економіки у напрямі застосування зручних підходів до здійснення міжнародних операцій. Це зумовлює можливість використання нових способів ведення бізнесу, зокрема у вигляді онлайн-операцій. Вони відіграють важливу роль в розвитку комерційно-економічного простору, знижують витрати на здійснення окремих видів діяльності, сприяють розширенню торговельного співробітництва та підвищенню рівня конкурентоспроможності суб'єктів світового господарства.

1. Електронна комерція в Україні 2016: цифри і факти [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://webexpert.com.ua/ua/elektronna-komertsiya-v-ukrayini-2016>.
2. E-Commerce Europe. European B2C E-commerce Report 2014 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.ecommerce-europe.eu/facts-figures>.
3. Кудіна О. Розвиток електронної торгівлі в умовах становлення глобального інформаційного простору / О. Кудіна // Бюлетень Міжнародного Нобелівського економічного форуму. – 2011. – № 1 (4). – С. 196–202.
4. Меджибовська Н. Перспективи розвитку електронного бізнесу в Україні / Н. Меджибовська // Економіка України. – 2003. – № 6. – С. 36–41.
5. Офіційний сайт Асоціації Учасників Електронного Бізнесу України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://uelbu.org>.
6. Павлова В. О проблемах развития онлайн-торговли в Украине / В. Павлова // Економічний Нобелівський вісник. – 2014. – № 1 (7). – С. 349–354.
7. Про електронну комерцію : Закон України від 3 вересня 2015 року № 675-VIII [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/675-19>.
8. Свидрук І. Особливості організації традиційної та електронної торгівлі / І. Свидрук // Вісник Львівської комерційної академії. – 2007. – № 3. – С. 195–200.
9. Summer A. E-Commerce / A. Summer, Gr. Dunkan. – NYH Publishing. – 1999. – 263 p.
10. Fried L. Advanced Information Technology Use / L. Fried // Journal of information systems management. – 2010. – Vol. 10. – P. 7–14.

E-mail: vi_batrimenko@ukr.net

УДК 338.246.025.2

Клепанчук О.Ю.

кандидат економічних наук,
доцент кафедри державних та місцевих фінансів,
Львівський національний університет імені Івана Франка

МІЖНАРОДНИЙ ДОСВІД ФІНАНСУВАННЯ ДОШКІЛЬНИХ І ШКІЛЬНИХ ЗАКЛАДІВ ЯК ЗАПОРУКА МАЙБУТНЬОГО ТА ПЕРСПЕКТИВИ ЙОГО ВПРОВАДЖЕННЯ В УКРАЇНІ

У статті проаналізовано переваги та недоліки фінансування дошкільних та шкільних закладів України згідно з Законом «Про освіту», досліджено досвід та практику фінансування дошкільних та шкільних закладів країн Європейського Союзу, їх механізмів управління закладами не адміністративно-командними, а економічними стимульованими методами. Обґрунтовано необхідність реалізації такої базисної умови ефективного функціонування системи освіти, як підвищення автономії навчальних закладів, не тільки в освітній діяльності, але й в частині фінансово-господарської діяльності. Зроблено висновок про те, що державне фінансування дошкільних та шкільних закладів України повинно переходити на інший рівень свого існування з висування пріоритетів, які б не суперечили інтересам суспільства, а збільшення фінансування буде запорукою нарощування інтелектуального капіталу країни. Метою подальших наукових пошуків є визначення механізмів покращення фінансового забезпечення дошкільної та шкільної освіти шляхом створення прозорої моделі фінансування, що дасть змогу ефективно використовувати фінансові ресурси.

Ключові слова: освітня політика, дошкільні і шкільні заклади, фінансування, державний бюджет, місцевий бюджет.

МЕЖДУНАРОДНЫЙ ОПЫТ ФИНАНСИРОВАНИЯ ДОШКОЛЬНЫХ И ШКОЛЬНЫХ УЧРЕЖДЕНИЙ КАК ЗАЛОГ БУДУЩЕГО И ПЕРСПЕКТИВЫ ЕГО ВНЕДРЕНИЯ В УКРАИНЕ

Клепанчук О.Ю.

В статье проанализированы преимущества и недостатки финансирования дошкольных и школьных учреждений Украины согласно с Законом «Об образовании», исследованы опыт и практика финансирования дошкольных и школьных учреждений стран Европейского Союза, их механизмов управления учреждениями не административно-командными, а экономическими стимулируемыми методами. Обоснована необходимость реализации такого базисного условия эффективного функционирования системы образования, как повышение автономии учебных заведений, не только в образовательной деятельности, но и в части финансово-хозяйственной деятельности. Сделан вывод о том, что государственное финансирование дошкольных и школьных учреждений Украины должно переходить на другой уровень своего существования из выдвигания приоритетов, которые бы не противоречили интересам общества, а увеличение финансирования будет залогом наращивания интеллектуального капитала страны. Целью последующих научных поисков является определение механизмов улучшения финансового обеспечения дошкольного и школьного образования путем создания прозрачной модели финансирования, которая позволит эффективно использовать финансовые ресурсы.

Ключевые слова: образовательная политика, дошкольные и школьные учреждения, финансирование, государственный бюджет, местный бюджет.

INTERNATIONAL EXPERIENCE OF FINANCING PRE-SCHOOL AND SCHOOL ESTABLISHMENTS AS A PLEDGE OF THE FUTURE AND PROSPECTS FOR ITS IMPLEMENTATION IN UKRAINE

Klepanchuk O.

The article analyzes the advantages and disadvantages of funding for pre-school and school establishments of Ukraine in accordance with the Law "On Education", the experience and practice of financing pre-school and school establishments of the European Union countries, their mechanisms for managing institutions not administrative-command, and economic stimulated methods. The necessity of realization of such a basic condition of effective functioning of the education system as the increase of the autonomy of educational institutions, not only in educational activity, but also in the part of financial and economic activity, is substantiated. It is concluded that state financing of pre-school and school establishments of Ukraine should move to another level of its existence in order to prioritize priorities that would not contradict the interests of society. And an increase in funding will be a guarantee of increasing the country's intellectual capital. The purpose of further scientific research is to identify mechanisms to improve the financial provision of preschool and school education by creating a transparent financing model that will allow the efficient use of financial resources.

Keywords: educational policy, preschool and school establishments, financing, state budget, local budget.

Постановка проблеми. Освіта відіграє важливу роль в житті людини. А якість освіти залежить перш за все від системи фінансування, яка має певні особливості в різних країнах світу. Освітня політика ЄС розглядається як важлива складова економічної політики та політики зайнятості. Коли ми стаємо батьками, в нас з'являється найцінніший скарб, наше майбутнє – діти. Найпершою ланкою реального соціуму, куди потрапляє наш найцінніший скарб, є дошкільні заклади, а потім і шкільні, де в дитини формується найперше враження про соціум. Його переваги та недоліки відображаються на майбутньому поколінні, якому виділена подальша роль жити, творити, удосконалювати, покращувати державу, в якій вони народилися. Тому політика нашої держави, підґрунтям якої є фінансування, має створити якісні умови для зростання нового покоління, яке і є нашим майбутнім. Актуальним завданням є доступність дошкільних та шкільних навчальних закладів, а також подальше утвердження їх національного характеру. Крім того, оптимізація структури освіти і, звичайно, якомога більшого фінансування освітніх закладів; мають постійно оновлюватись зміст дошкільних та шкільних програм та організація навчально-виховного процесу відповідно до демократичних цінностей та ринкових засад економіки, сучасних наукових досліджень.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Рівень розвитку освітньої системи країни є одним з ключових індикаторів, за яким визначається індекс конкурентоспроможності, а фінансові вкладення в освіту дошкільних та шкільних закладів є одними з найважливіших інвестицій в людський капітал. Дослідженню цієї теми присвятили свої праці такі вітчизняні та зарубіжні вчені, як О.Ю. Белаш, І.М. Гараєв, В.А. Лазарев, І.Р. Лошенко, С.А. Мохначев, Н.І. Пашенко, Х.А. Фасхiev, у взаємозв'язку з фінансово-економічними чинниками з метою зниження рівня невизначеності у подальшому розвитку дошкільних закладів освіти як суб'єктів освітньої діяльності.

Однак недостатньо дослідженими залишаються проблеми фінансового забезпечення дошкільних і шкільних освітніх закладів через Закон «Про освіту», який набув чинності у 2017 році.

Постановка завдання. Метою статті є дослідження сучасних проблем фінансування дошкільних та шкільних навчальних закладів, оцінка джерел, форм фінансування, аналіз використання бюджетних коштів і ресурсів, визначення рівня ефективності фінансового забезпечення дошкільних та шкільних навчальних закладів, а також на базі нових правових документів «Про освіту» аналіз недоліків і переваг фінансового забезпечення шкільних та дошкільних закладів з огляду на досвід освітніх закладів Європейського Союзу.

Виклад основного матеріалу дослідження. Система освіти України є єдиним комплексом послідовно пов'язаних між собою ланок виховання і навчання, зокрема дошкільного та шкільного навчання. Це закріплено в Законі України «Про освіту», який набув чинності 28 вересня 2017 року. Перш за все новий Закон відкриває шлях до нової реформи «Нова українська школа». Тепер відповідно до нього має бути прийнятий Закон «Про дошкільну освіту». Новим Законом передбачено, що діти старшого дошкільного віку (з 5 років) обов'язково охоплюються дошкільною освітою відповідно до стандарту освіти. Законом вводиться так званий базовий компонент

дошкільної освіти – державний стандарт, що містить норми і положення, які «визначають державні вимоги до рівня розвиненості і вихованості дитини дошкільного віку, а також умови, за якими вони можуть бути досягнуті» [3]. Отже, на дошкільні та шкільні заклади кладеться велика відповідальність. Яке ж фінансування буде пропонувати держава для підготовки дітей? Існує дисбаланс між обсягом завдань, які визначаються державою перед дошкільною освітою та освітою загалом, та обсягом фінансового забезпечення цих завдань. А також тенденція щодо зростання обсягів навчального матеріалу і тривалості освітньої діяльності, а з іншого боку, має місце скорочення надходжень на фінансування дошкільної та шкільної освіти з державного бюджету [7].

Основним джерелом фінансування дошкільних та шкільних закладів є державний та місцевий бюджет. Комітет Верховної Ради України з питань науки та освіти на 2017 рік визначає, що видаткова частина Державного бюджету України у 2016 році порівняно з 2015 роком була збільшена на 14,2%. Однак видатки Міністерству освіти і науки України були збільшені тільки на 3,4%, а видатки Національній академії наук та національним галузевим академіям наук, навпаки, скорочено аж на 19%. Як наслідок, частка коштів із загального фонду державного бюджету, що була спрямована у 2016 році Міністерству освіти і науки України та Національній академії наук України, порівняно з 2014 роком скоротилась майже вдвічі [9].

У 2017 році з Державного бюджету України на сферу освіти передбачено 93 101 041,6 тис. грн., що становить 3,6% ВВП, з яких кошти головних розпорядників коштів становлять 40 248 473,6 тис. грн. (за загальним фондом 27 437 963,8), а обсяг освітньої субвенції місцевим бюджетам – 52 852 568,0 тис. грн. У 2016 році ці показники склали 75 053 963,5 тис. грн., що становило 3,31% ВВП, з яких кошти головних розпорядників становили 30 269 986,3 тис. грн. (за загальним фондом 19 378 469,7), а обсяг місцевої субвенції місцевим бюджетам – 44 783 977,2 тис. грн. [9].

На парламентських слуханнях, що відбулися 16 листопада 2016 року, запропоновано збільшити у загальному фонді Державного бюджету України на 2017 рік обсяги видатків на освіту на 2 млрд. 448,8 млн. грн. та на науку на 1 млрд. 499,3 млн. грн. Однак ці пропозиції під час прийняття Державного бюджету не були враховані. Крім того, у січні 2017 року почали діяти нові тарифи на електроенергію та теплопостачання, воду; запроваджено заходи з підвищенням мінімальної заробітної плати 3 200 грн. Все це посилює суттєво наявні економічні проблеми з виживанням вітчизняної науки та освіти, що безпосередньо стосується і дошкільних та шкільних навчальних закладів. У зв'язку з підвищенням цін на енергоносії потрібно додатково у 2017 році 968,9 млн. грн. Слід зазначити, що основна частка коштів на освіту переважно спрямована на заробітну плату з нарахуваннями. Підвищення заробітної плати на 3 200 грн. призводить до вимушеної скороченості працівників, зайнятих у системі освіти, зокрема дошкільної [8].

У зв'язку з процесами децентралізації загострились правові проблеми з фінансуванням закладів освіти на місцевому рівні [1].

У нинішніх умовах для того, щоб Україна була конкурентоспроможною, необхідно стимулювати розвиток науково-освітнього потенціалу. Особливу увагу слід приділити дошкільній та шкільній освіті, яка в умовах глобалізації виконує не менш важливу роль.

Держава все більше відмовляється від функцій надання освіти і передає контроль за змістом, затвердження програм освітянськими та академічними асоціаціями. Функції, що раніше здійснювали державні органи управління освітою, у розвинутих країнах також передаються на рівень місцевих органів влади, громадським організаціям і приватному сектору. Державні закупівлі в освіті не тільки поширюються на продукти харчування. Поширенням у країнах ЄС стає практика, коли приватні компанії виграють тендери на надання послуг щодо організації освітнього процесу [4; 10].

В країнах ЄС можна виділити три принципові моделі реалізації освітніх завдань освіти: централізована (освітні завдання реалізуються державою), децентралізована (освітні завдання реалізуються місцевим самоврядуванням), модель, де освітні питання делеговані безпосередньо дошкільним та шкільним закладам [2; 5].

Централізована модель управління освітою значною мірою поширена у Франції, Австрії, Греції, Португалії, Іспанії. Більшість рішень щодо програм перебування та навчання дошкільнят, працевлаштування фахівців, оплати їхньої праці, характеру і способу перебування дітей приймається на рівні держави. На місцевому рівні приймаються рішення щодо облаштування приміщень. Децентралізована модель передачі більшої частини освітніх завдань місцевому самоврядуванню є основним з принципів устрою в державах ЄС. Ця модель ґрунтується на переконанні, що всі члени громад – батьки, вчителі, платники податків – краще розуміють проблеми дітей у дошкільних та шкільних закладах. Згідно з цим принципом освітні заклади такого рівня організовуються відповідно до місцевих вподобань та потреб, а гроші витрачаються найбільш ефективно. Децентралізована модель з посиленою автономією особливо поширена в школах Нідерландів, які є єдиною країною ЄС, в якій всі рішення приймаються на рівні самоврядування. За трьома основними способами фінансування освітніх завдань кошти передаються з центрального рівня безпосередньо дошкільним і шкільним закладам; кошти передаються до органів самоврядування на підставі системи коефіцієнтів, кошти передаються на підставі системи коефіцієнтів, а потім розподіляються між освітніми закладами, переліченими вище, за визначеними правилами [2; 5].

У Франції реалізація фінансування освітніх завдань розподіляють між собою держава і територіальне самоврядування. Органи влади споруджують, отримують і ремонтують шкільні і дошкільні об'єкти, утримують допоміжний персонал і адміністрацію освітніх закладів. Держава фінансує заробітну плату вчителів і програму навчання [2; 5].

В Англії застосовуються так звані однорідні стандарти витрат – певні суми приписані до учня школи залежно від типу школи та її місця розташування. У громадах з невідгідною шкільною мережею і меншим середнім наповненням класу виділена сума з розрахунку на одного учня є, відповідно, більшою.

Болгарія і Данія є тими країнами, де фінансові кошти передаються кожній громаді з центрального

бюджету. Їх розмір залежить від типу навчального закладу. Із загальної суми державного бюджету 80% передаються пропорційно до кількості учнів, якщо брати до уваги шкільні заклади. Решта 20% може бути розподілена органами місцевого самоврядування на підставі власної формули [2; 5].

В Іспанії освіта на 80% фінансується за рахунок публічних коштів. Решта 20% надходить від батьків на приватних інституцій. Підставою для передання школам коштів є бюджет, який щороку складається школами. За підготовку шкільного бюджету відповідає директор, а складає бюджет шкільна рада. Навчання в публічних іспанських школах безкоштовне, однак батьки сплачують за підручники, транспорт і харчування. Через добровільні внески до батьківського комітету батьки можуть придбати додаткове шкільне обладнання чи оплатити позаурочні заняття [2; 5].

Щодо фінансування шкільної освіти України, то Конституція України та Закон про середню освіту визначають, що «держава забезпечує доступність та безоплатність здобуття повної загальної освіти у державних та комунальних навчальних закладах. Бюджет школи – матеріальна база для організації педагогічного процесу, кошторис (регулюючий документ на витрату коштів) складається директором школи й затверджується вищестоящими органами народної освіти. При формуванні шкільного бюджету враховуються виробничий план – число учнів і класів, штат вчителів і співробітників, затверджені посадові оклади вчителів (відповідно до тарифікації) та інших працівників школи, розміри основних витрат за окремими статтями бюджету, в тому числі господарські» [3; 6].

У 2017 році передбачений новий механізм фінансування загальноосвітніх навчальних закладів. Так, за рахунок освітньої субвенції передбачається лише фінансування заробітної плати педагогічних працівників загальноосвітніх навчальних закладів, а всі інші витрати, в тому числі оплата господарського та допоміжного персоналу, мають здійснюватись за рахунок місцевих бюджетів. Також для покриття можливих диспропорцій у місцевих бюджетах проектом Закону передбачена стабілізаційна дотація у сумі 2 млн. грн. Розподіл зазначених коштів здійснюватиметься у порядку та умовах, визначених Постановою Кабінету Міністрів України від 16 вересня 2015 року № 727. Крім того, слід відзначити і деякі питання, які були врегульовані, щодо фінансування загальноосвітніх навчальних закладів, зокрема підвищення оплати праці педагогічних працівників шкіл [1].

Висновки з проведеного дослідження. Порівнюючи систему шкільного фінансування України та країн ЄС, можна дійти висновку, що український комплект законодавчих та нормативних правових актів щодо діяльності загальноосвітніх закладів, які діяли до цього часу, є застарілим. У законодавчу базу державної освіти не закладені принципи державно-громадського або громадсько-державного управління освітою, які діють в країнах ЄС. Відсутні дієві механізми реалізації громадського самоврядування через регіональні конференції та з'їзди. Але будемо мати надію, що прийнятий Закон «Про освіту України» у 2017 році дасть позитивні зрушення, які в подальшому забезпечать належним чином всі освітянські ланки у нашій державі і нададуть майбутнім поколінням гідну освіту.

1. Боголіб Т.М. Фінансування освіти за кордоном / Т.М. Боголіб // Фінанси України. – 2005. – № 8. – С. 132–139.
2. Європейська громадянська ініціатива захищає витрати на освіту / Профспілка працівників освіти і науки України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://pon.org.ua/international/2848-yevropejska-gromadyanska-iniciativa-zaxishhaye.html>.
3. Про освіту : Закон України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/2145-19>.
4. Капелюк І. Проблеми освіти та можливості її вирішення / І. Капелюк // Економіка. Фінанси. Право. – 2001. – № 11. – С. 9–12.
5. Кличко І. Фінансування освіти в умовах формування соціально орієнтованої економіки / І. Кличко // Фінанси України. – 2003. – № 1. – С. 53–59.
6. Slide Share [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://www.slideshare.net/gogofelix1/ss-39953377>.
7. Освітній Портал «Педагогічна преса» [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://pedpresa.ua/139368-finansuvannya-doshkillya-maye-statuy-priorytetom-derzhavy.html>.
8. B-ko.com [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://b-ko.com/book_418_glava_56_6.5._Фінансування_.html.
9. Z-Україна [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zet.in.ua/category/public/economy>.
10. ZN-UA [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://dt.ua/finances/finansuvannya-osviti-skilki-komu-i-yak-.html>.

E-mail: o.klepanchuk@gmail.com

УДК 339.7:336.7

Ковбаса В.А.

аспірант кафедри міжнародної економіки,
Київський національний економічний університет
імені Вадима Гетьмана

КОМПЛЕМЕНТАРНІ ВАЛЮТНІ СИСТЕМИ ТА КРИПТОВАЛЮТИ: КЛАСИФІКАЦІЯ ТА АНАЛІЗ ДОЦІЛЬНОСТІ ВИКОРИСТАННЯ

У статті розглянуто тенденції розвитку комплементарних валютних систем, які сьогодні перебувають у різному стані та на різних етапах розвитку. Стаття присвячена практичним аспектам функціонування комплементарних валютних систем та їх специфічним характеристикам, також розглядаються питання перспектив розвитку криптовалют на прикладі розрахункової одиниці Bitcoin, що вирізняється використанням ІКТ та поширенням на глобальному рівні. Ця валюта теж перебуває в обігу паралельно з національними грошовими одиницями, тому може вважатися комплементарною. Також важливим є той факт, що особливості організації додаткових валют значною мірою відрізняються, що зумовлює необхідність класифікувати такі валютні системи за різними ознаками та описати їхні специфічні параметри.

Ключові слова: комплементарна валюта, вільні гроші, демередж, криптовалюта, локальна валюта, валюта общини.

КОМПЛЕМЕНТАРНЫЕ ВАЛЮТНЫЕ СИСТЕМЫ И КРИПТОВАЛЮТЫ: КЛАССИФИКАЦИЯ И АНАЛИЗ ЦЕЛЕСООБРАЗНОСТИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ

Ковбаса В.А.

В статье рассмотрены тенденции развития комплементарных валютных систем, которые сегодня находятся в разном состоянии и на разных этапах развития. Статья посвящена практическим аспектам функционирования комплементарных валютных систем и их специфическим характеристикам, также рассмотрены вопросы перспектив развития криптовалют на примере расчетной единицы Bitcoin, которая выделяется использованием ИКТ и распространенностью на глобальном уровне. Эта валюта также находится в обращении параллельно с национальными денежными единицами, поэтому может считаться комплементарной. Важным является тот факт, что особенности организации дополнительных валют в значительной степени отличаются, что приводит к необходимости классифицировать такие валютные системы по различным признакам и описать их специфические параметры.

Ключевые слова: комплементарная валюта, свободные деньги, демередж, криптовалюта, локальная валюта, валюта общины.

COMPLEMENTARY CURRENCY SYSTEMS AND CRYPTOCURRENCIES: CLASSIFICATION AND USEFULNESS

Kovbasa V.

The article deals with the tendencies of complementary currency systems development. They operate in different conditions and are at different stages of evolution. The article is devoted to the practical aspects of complementary currency systems functioning and their specific characteristics. The paper also touches the prospects of cryptocurrency development on the example of Bitcoin, which differs by the use of ICT and circulation on the global level. This currency also operates in parallel with the national units of account, thus may be considered as complementary. It is important to note that the organizational features of auxiliary currencies may vary, which necessitates classification of such currency systems by different characteristics and description of their specific parameters.

Keywords: complementary currency, freigeld, demurrage, cryptocurrency, local currency, community currency.

Постановка проблеми. Розвитку світової та національних валютних систем сьогодні приділяється значна увага, при цьому в світі діє велика кількість допоміжних систем розрахунків, які функціонують паралельно з державними і можуть мати досить специфічну організацію та давати різний ефект, що міг би посприяти покращенню економічної ситуації у певних регіонах чи спільнотах.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідження національних та світових валютних систем присвячено праці таких вчених, як, зокрема,

А. Гальчинський, В. Козюк, В. Токар, З. Луцишин, Ф. фон Гайек, Р. Мандел, П. Кругман, М. Фрідман. Більшою мірою на комплементарних валютах зосереджувались С. Гезель, Б. Ліетар, Т. Греко, М. Кроль. При цьому кількісні аспекти функціонування таких валют та питання доцільності використання досвіду поза наведеними прикладами розкривались слабо.

Постановка завдання. Метою дослідження є виявлення позитивних наслідків та особливостей функціонування основних комплементарних валютних систем та їх класифікація.

Виклад основного матеріалу дослідження. Сьогодні впроваджується процесу глобалізації, коли необхідним завданням залишається підтримка депресивних регіонів та захист соціально вразливих верств населення, важливо не забувати про локалізацію, яка може сприяти стабілізації таких регіонів чи груп людей.

Сучасні національні валютні системи не є досконалими та не завжди є здатними підтримувати економіку менш конкурентоспроможних регіонів. Це зумовлено їх відсотковою природою, що штучно створює дефіцит грошової одиниці, посилюючи конкурентну боротьбу суб'єктів економіки за фінансовий ресурс. Така ситуація сприяє відтоку грошової одиниці з депресивних регіонів, посилюючи таким чином тамтешні кризові явища. Однак, звісно ж, відмова від національних грошей тільки посилює депресивні явища через значне обмеження в поглибленні поділу праці. Побороти таку ситуацію покликані комплементарні валютні системи, а своїм існуванням вони можуть доповнити та стабілізувати національні валютні системи, а отже, і світову валютну систему, яка б, врівноваживши проблему пропозиції грошей в таких регіонах, могла б розвиватись в напрямі подальшої глобалізації.

Комплементарні валютні системи функціонують паралельно з національними та покликані виконувати функції, недоступні національним валютним системам, прикладом чого може виступити підтримка депресивних регіонів. Перші сучасні комплементарні валютні системи базувались на ідеях «вільних грошей» Сильвіо Гезеля, який запропонував гроші, позбавлені функції засобу нагромадження через від'ємний відсоток, яким вони повинні обкладатись [1, с. 123].

Вартість і обмежений термін зберігання товарів ставлять їх в нерівне становище порівняно з грошима, які до того ж приносять відсотковий дохід, що й змусило С. Гезеля запропонувати ідею грошей, позбавлених функції нагромадження. Від'ємний відсоток, або демередж, також сприяє прискоренню обігу даних грошових одиниць через намагання користувачів сплачувати отриманими грошовими одиницями одразу ж задля уникнення падіння їх вартості.

Важливо також зазначити, що звичайна валюта також здебільшого втрачає частину своєї вартості з часом через інфляцію, однак інфляція викликана іншими чинниками, до того ж в період розробки теорії «вільних грошей» частими були періоди дефляції, які здійснювали пагубний вплив на економіку держав через падіння ділової активності. Саме на період Великої депресії, коли дефляція набула значних розмірів, і припало створення найвідоміших грошових одиниць, які відповідають характеристикам «вільних грошей».

Комплементарні валютні системи набули значного поширення в різних своїх формах, однак велика їх кількість набула вигляду різноманітних локальних валютних систем. Локальні валюти є елементами регіональних валютних систем, що забезпечують грошовий обіг в межах певної общини та є альтернативами національним валютним системам. Вони і є комплементарними до національних грошових одиниць, тобто функціонують паралельно з ними і часто є взаємно конвертованими. Обіг таких валют забезпечує рівномірний доступ місцевих общин до грошових коштів, який би не залежав від пропозиції

національної валюти, що перебуває в залежності від кон'юнктури як внутрішнього, так і зовнішнього ринків, таким чином забезпечуючи додаткову стабільність в регіоні, підтримку малого та середнього підприємництва, протидію майновій нерівності та соціальному відчуженню, що особливо доцільно в умовах впровадження таких валют в депресивних регіонах. Стабілізація економіки у кризових регіонах сприятиме додатковій довірі до національної валюти з боку учасників валютного ринку за умови достатньої поширеності локальних валют. Такі грошові системи найчастіше представлені «Локальними обмінними торговими системами» (LETS) та похідними від них «Общинними системами обміну» (CES), а також банками часу.

Ці системи базуються на принципах бартерних організацій, тільки в цьому випадку забезпечується можливість багатостороннього обміну через принцип взаємного кредитування. Для участі в них необхідно стати членом некомерційної організації, що займається забезпеченням підтримки обміну, отже, LETS спрямовані скоріше на сектори B2C та C2C.

CES базуються на інтернет-технологіях, що дають змогу вивести систему на інтернаціональний рівень. Отже, CES також є зручними для подолання валютних ризиків під час торгівлі між країнами, для налагодження транскордонного співробітництва та для співпраці відповідних груп населення в межах всього світу. Валютні системи CES спрямовані здебільшого на торгівлю між конкретними спільнотами в межах населення, наприклад, між працівниками певної сфери чи галузі.

Валютні системи LETS та CES функціонують на некомерційній основі, оскільки здійснюються лише незначні відрахування учасниками для покриття адміністративних витрат. Вартість товарів чи послуг оцінюється суб'єктивно та виражається в кредитах LETS чи CES, а залишок по рахунку повинен тяжіти до нуля, оскільки системою передбачені граничні відхилення в обидва боки, отже, неможливе досягнення значного розміру кредиторської чи дебіторської заборгованості учасниками системи, оскільки суб'єкти системи зобов'язуються заробляти чи витрачати в бік нульового залишку рахунку. Відповідно, в саму систему закладено можливість надання мікропозик учасникам. Такі валютні системи зазвичай передбачають еквівалентність національній одиниці, хоча водночас пропозиція цієї валюти не залежить від пропозиції національної валюти.

Важливо зазначити, що особливими рисами системи CES є відкритість рахунків та транзакцій за ними для всіх її учасників, а також централізація проведення таких транзакцій.

Також схожими за принципом дії є банки часу, однак в них є певні особливості. Перш за все грошовою одиницею в цьому випадку є час, витрачений на надання послуг, при цьому не враховується рівень складності роботи та продуктивність праці. З одного боку, це є певним чином демотивуючим фактором для кваліфікованих працівників, однак з іншого боку, такі проекти здійснюються переважно із соціальною метою для обміну послугами, що часто не передбачають високого рівня кваліфікації. Отже, спрямованість надання послуг чи товарів превалює у формі C2C. Система розрахунку отриманими обліковими одиницями схожа на взаємне кредитування в межах LETS.

Грошова система такого типу в Україні функціонує у вигляді саме банку часу, який, однак, залишається маловідомим та вирізняється неконвертованістю грошової одиниці, якою виступає обсяг потраченого часу. Інші ж системи порушили б державну монополію на емісію грошових коштів. Впровадження локальних систем розрахунку могло б допомогти депресивним регіонам побороти дефіцит пропозиції національної валюти та протидіяти безробіттю.

Таким чином, для підтримки та захисту регіонів і соціально незахищених верств населення необхідно провести дерегулювання економіки регіонів задля формування в її межах елементів солідарної економіки, що зможе виступати для них додатковою «подушкою безпеки». Україна з її соціальними проблемами не залишається осторонь від процесу розвитку розрахункового аспекту солідарної економіки, однак в нашої державі він триває значно повільніше, що залишає її дещо осторонь від процесів забезпечення соціального захисту населення розвинутих країн.

Щодо конкретних прикладів комплементарних валютних систем, то однією з найвідоміших є швейцарська додаткова валютна система WIR, що була створена 1934 року і є однією з найстаріших. Створювалась ця валютна система для підтримки бізнесу в період закінчення Великої депресії, першими її користувачами стали фермери, державні службовці та робітники. Стимулом для розширення ареалу використання валюти стали знижки для транзакцій у франках WIR з боку підприємців. Франки WIR були демереджевими в момент свого створення, що відповідало ідеям «вільних грошей» Сильвіо Гезеля, однак в 1952 році було прийнято рішення про дозвіл відсотка на кооперативний капітал задля стимулювання залучення додаткових фінансових ресурсів у валютну систему [2].

Зараз банк WIR є емітентом франка WIR, який нині є незалежною електронною валютою, що приймається

в певних сферах бізнесу, таких як виробнича, будівельна, роздрібна торгівля, готельний бізнес та професійні послуги [2]. Франк WIR використовується у бівалютних транзакціях у комбінації з швейцарським франком. Використання валюти WIR вилилось у зростання грошових потоків, обсягу продажів та прибутку визначених користувачів.

Важливою особливістю цієї валютної системи є її контр-циклічність [3, с. 3]. Цю особливість видно по рис. 1, де капіталізація банку WIR не опустилась в період падіння банківського індексу SPI, що робить зазначену валютну систему та наведений банк певним «буфером» між глобальним впливом та внутрішнім ринком, однак діє цей «буфер» тільки на частку ринку, яка обслуговується франками WIR, отже, капіталізація банку WIR фактично відображає ділову активність здебільшого внутрішнього сектору економіки Швейцарії, частина якого послугується франками WIR.

Невелику величину підйому капіталізації банку WIR можна пояснити глобалізованістю економіки Швейцарії, за якої обмежена частка народного господарства країни може перевести свою діяльність чи її частину на франки WIR, якими користуються тільки у Швейцарії. Отже, такий напрямок руху графіку пояснюється намаганнями суб'єктів економіки вберегти свої активи від впливу економічних циклів через переведення частини діяльності на використання франків WIR, які через регіональну поширеність орієнтовані на внутрішній ринок.

Швейцарська незалежна валютна система на базі франка WIR не є єдиним прикладом поширення комплементарних валютних систем сьогодні. Їх сфера розширюється з певним відступом держав у питанні захисту своєї монополії на емісію грошової одиниці, додатковим чинником виступають певні пробіли, що дають змогу фактично реалізовувати діяльність розрахункових систем, але формально не емітувати кредитні

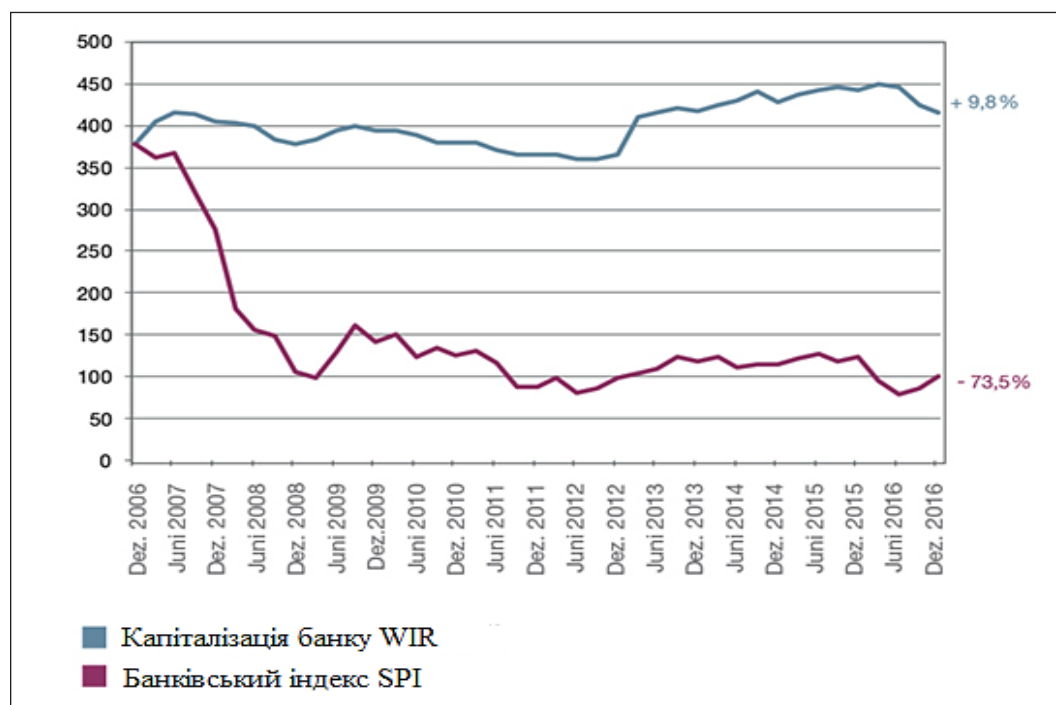


Рис. 1. Капіталізації банку WIR порівняно з банківським індексом SPI [4]

грошові одиниці, також вагоме місце посідає прогрес у сфері інформаційно-комунікаційних технологій.

Однією з таких валют є баварський кімгауер. В своєму задумі ця валютна система формувалась як освітній проект, який допомагав би налагодити взаємозв'язок між школою та місцевими бізнесовими колами. При цьому учні повинні були стати активними членами суспільства через участь в розвитку такого інноваційного проекту. Згодом цей проект відділився від школи і став важливим фактором підтримки місцевого бізнесу та населення, до того ж було запущено певні місцеві некомерційні ініціативи за рахунок особливостей функціонування цієї валютної системи.

Локальна валютна система кімгауер є відкритою, адже ця грошова одиниця є повністю конвертованою до євро (обмінний курс такий: 1 євро = 1 кімгауер). Фінансування некомерційних організацій відбувається за такою схемою: під час купівлі кімгауерів за євро покупець вибирає, на яку організацію спрямувати 3% від суми купівлі валюти. Фактично ці кошти оплачуються згодом бізнесом, який, конвертуючи кімгауер назад в євро, повинен оплачувати 5%, три з яких йдуть на вибраний раніше некомерційний проект, а 2% – на адміністративні витрати. Отже, бізнес повинен або намагатись надалі користуватись кімгауерами, щоб підтримувати місцевих підприємців, або втрачати 5% від доходу на конвертацію в євро.

Щодо ідеї демереджевих грошей С. Гезеля, то в кімгауері вона підтримується. Грошова одиниця обкладається демереджем розміром в 2% на квартал, що складатиме 8% на рік. Оскільки в обігу є паперові гроші, то їх вартість по проходженню відповідного строку повинна відновлюватися через вклеювання платних марок. Запущено в обіг і платіжні карти, тобто електронний кімгауер, відповідно, в цій його формі демередж знімається автоматично [5]. Також ця грошова система є безвідсотковою, однак з 2007 року працює кооператив, що дає змогу безвідсотково зберігати кімгауер, також пра-

цює програма мікрокредитів, що передбачає надання грошових коштів бізнесу під 9% річних, однак за вчасного повернення заборгованості у кімгауерах дебітор отримує свої 9% назад.

За 2016 рік некомерційні проекти отримали 64 845,14 кімгауерів, що на 553,56 кімгауерів менше, ніж у 2015 році, однак на 4 823,57 кімгауерів більше, ніж у 2014 році (рис. 2), при цьому демередж сприяє прискоренню обігу цієї грошової одиниці, який втричі швидший за обіг євро у цьому регіоні [6].

Система кімгауер працює на благо місцевої общини, отже, до правил її регулювання можуть долучатись також і жителі, які нею послуговуються, що говорить про демократичність принципів організації цієї системи [5].

Взагалі ідею Сильвіо Гезеля стосовно наявності демереджу варто оцінити позитивно, адже цей факт значно стимулює швидкість обертання грошових коштів в економіці та сприяє її розвитку, однак, з іншого боку, робить такі грошові одиниці менш конкурентоспроможними відносно національних грошових одиниць або інших комплементарних чи криптовалют, адже сприяє втраті зручності користування такими грошима. При цьому дані валютні системи прижились в деяких регіонах та є досить популярними і відомими. Причиною стали додаткові чинники: для випадку валюти кімгауер – її меценатська складова, можливість отримати безвідсоткові позики, змішання ідеї «вільних грошей» з реалізацією через локальну валютну систему, а також особливості менталітету німців, такі як патріотизм стосовно своєї адміністративної територіальної одиниці та позитивне ставлення до некомерційних проектів, яким є ця валютна система, а також які фінансуються через неї. Щодо валютної системи WIR, то задля її розширення та залучення додаткових коштів від ідеї демереджу відмовились, що не дає змогу її сьогодні вважати «вільними грошима».

Зробивши огляд основних комплементарних грошових систем, варто їх класифікувати. При цьому

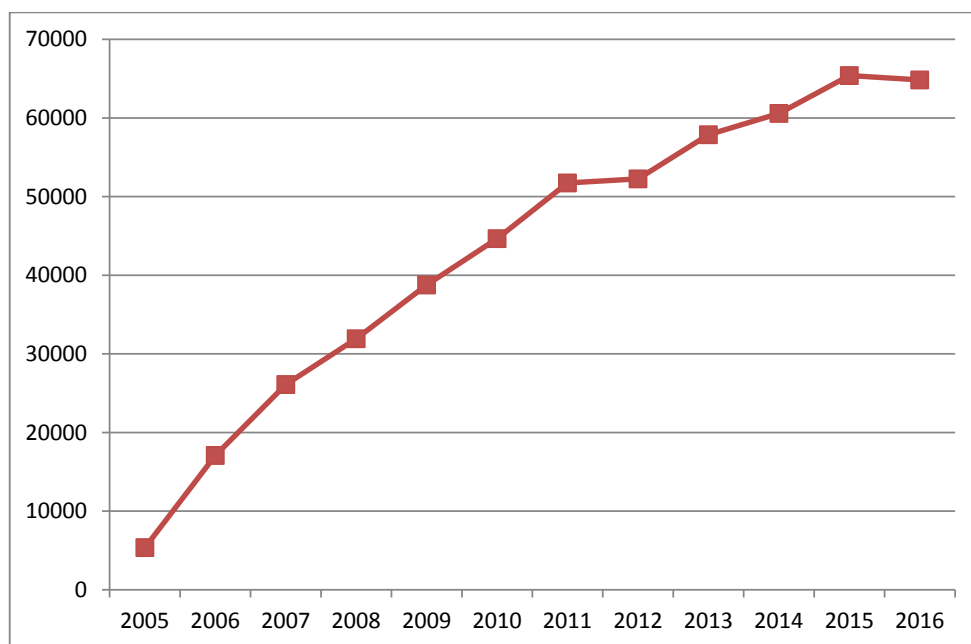


Рис. 2. Обсяги відрахувань на некомерційні проекти системою Кімгауер [6]

варто розуміти, що класифікація в цьому разі повинна проводитись за цілою групою критеріїв, адже комплементарні валюти нині перебувають на стадії активного розвитку, що виливається у їхню мінливість, отже, вони часто містять окремі характеристики багатьох концепцій.

Комплементарні валютні системи бувають такими:

- 1) за метою створення:
 - стимулювання економіки;
 - підтримка екології;
 - соціальна;
 - політична;
 - безпекова;
- 2) за сферою поширення [7, с. 7]:
 - територія;
 - спільнота;
 - економіка;
- 3) за відсотковою ставкою [8, с. 448]:
 - позитивна;
 - відсутня;
 - демередж;
- 4) за характером превалюючих стосунків:
 - B2B (Бізнес до бізнесу);
 - B2C (Бізнес до клієнта);
 - C2B (Клієнт до бізнесу);
 - C2C (Клієнт до клієнта);
- 5) За конвертованістю грошових одиниць:
 - конвертовані;
 - неконвертовані;
- 6) за формою грошової одиниці:
 - монети;
 - паперові гроші;
 - електронні гроші;
 - змішана.

Також вагомий вплив на розвиток комплементарних валют зробили ідеї Фрідріха фон Гайєка, який обстоював ідею «приватних грошей», які повинні емітуватись приватними структурами та конкурувати між собою. При цьому заперечується необхідність наявності державної монополії на емісію грошової одиниці [9, с. 15].

Найпоширенішою криптовалютою є Bitcoin, але є й альтернативи: Litecoin, Peercoin, Namecoin тощо. Криптовалюти є різновидом приватних грошей, тобто

грошей, що не контролюються центральним банком, а їх обмінний курс до традиційних грошових одиниць визначається балансом попиту та пропозиції на відповідних біржах. Bitcoin емітується децентралізовано, тобто є незалежною валютою від офіційних фінансових інституцій, при цьому обсяги емісії є заздалегідь відомими та обмеженими розміром в 21 мільйон штук, якого буде досягнуто в 2033 році (рис. 3).

Функціонування комплементарної валютної системи, якою є система з використанням біткоїна, може бути вигідним для національних економік. Крім диверсифікації ризиків, за рахунок розподілу вільних фінансових ресурсів між двома валютами є ще відсутність курсових ризиків під час використання біткоїна в міжнародних транзакціях, адже ця валюта використовується у більшості країн світу. Така ситуація сприяє більш повному врахуванню інтересів суб'єктів економіки національними урядами, оскільки де-факто буде скасовано державну монополію на емісію загальноприйнятної одиниці розрахунку, будуть ставитися в таку ж конкурентну позицію національні валюти.

Однак валютна система з використанням біткоїна має й вагомий недолік у вигляді значної волатильності обмінного курсу до національних валют. Так, впродовж 2013 року курс біткоїна коливався від \$15 до більш як \$1 100. Зараз обмінний курс BTC/USD на 10 квітня 2014 року встановився на рівні \$421, а за 2016 рік довгий час не виходив за межі коридору в 300–500 доларів за 1 біткоїн, однак згодом почав стрімко зростати, що не дає змогу говорити про стабілізацію валютного курсу.

До того ж обсяг емісії заданий наперед та обмежений, отже, за високого попиту на біткоїн його ціна постійно зростатиме, що створюватиме постійно зростаючу нестачу ліквідності та сприятиме стагнації світової економіки через демотивацію до інвестування. Ці фактори не дають змогу говорити про потенціал біткоїна в отриманні статусу глобальної валюти для офіційних розрахунків.

До того ж біткоїн нині знайшов собі нішу в тіньовій економіці, ним активно послуговуються під час торгівлі нелегальними товарами, оскільки валюта забезпечує можливість анонімних електронних розрахунків.

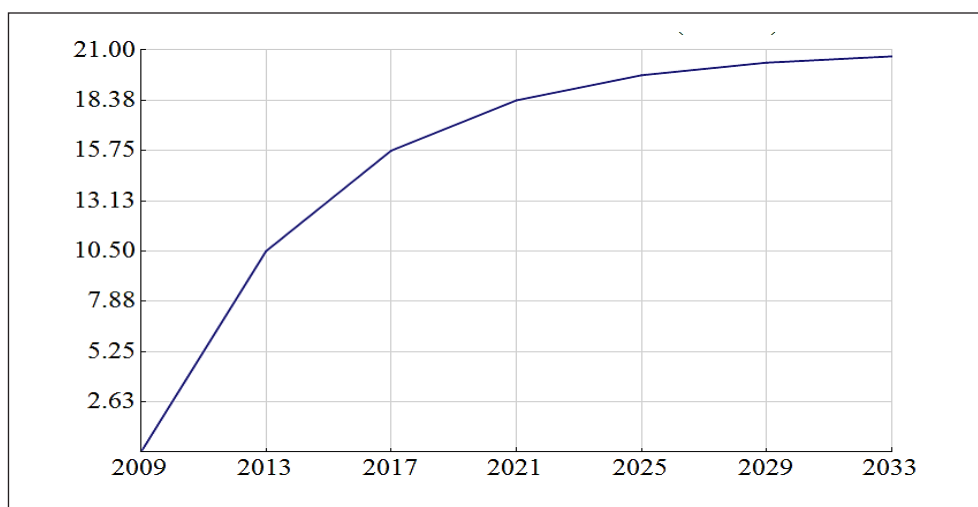


Рис. 3. Обсяг біткоїнів в обігу з початку їх емісії, млн. шт. [10]

В контексті світових тенденцій деанонімізації та підвищення безпеки така закритість біткоїна не сприятиме надто широкому його використанню, до того ж навіть у цій ніші у біткоїна з'являються конкуренти, які дають більший рівень анонімності.

Для України поява нових локальних систем розрахунку може забезпечити альтернативний шлях для побудови стабільної національної валютної системи.

Висновки з проведеного дослідження. Підсумовуючи викладену інформацію, варто зазначити, що

суспільний та технологічний розвиток дає нові визначення та тлумачення звичним економічним категоріям та вплітає їх в сучасний контекст. Не тільки з'являються нові валюти, але й з небуття повертаються принципи бартерно-товарного обміну. Більше того, ці концепції не відкидають одна одну, а взаємодіють, даючи економічним суб'єктам можливість вибору між різними шляхами розрахунку, що можуть задовольняти різні аспекти економічного розвитку, вихід з кризи, підтримку економіки регіону, соціальний, безпековий тощо.

1. Gesell S. *The Natural Economic Order 1929/1934* / S. Gesell ; English translation by Ph. Pye. San Antonio // *Free-economy Publishing*. – 207 p. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.naturalmoney.org/NaturalEconomicOrder.pdf>.

2. Greco Th. *60 Years WIR Business Circle Cooperative-Origins and Ideology* / Th. Greco // *WIR Magazine*. – 1994. – September ; translation by F. Almstedt [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://web.archive.org/web/20061017101214/http://www.reinventingmoney.com/wirbusiness.php>.

3. Stodder J. *Reciprocal exchange networks: implications for macroeconomic stability* / J. Stodder // *Engineering Management Society*. – 2000. *Proceedings of the 2000 IEEE*. – IEEE, 2000. – P. 540–545. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.lietaer.com/images/Stodder_Reciprocal_Exchange.pdf.

4. Звичайні акції // Веб-сайт банку WIR [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://www.wir.ch/bank/private/sich-engagieren/stammanteile/#eintrag-4091>.

5. Кроль М. *Дополнительные денежные системы. Ч. 2 : Типология успеха. Дополнительные денежные системы* / М. Кроль // *Типология успеха онлайн 2011* [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.webcitation.org/getfile.php?fileid=47427c79f26f2e66dda73cf27ba2945ba1f5717b>.

6. Статистика // Веб-сайт проекту "Chiemgauier" [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.chiemgauier.info/informieren/statistik>.

7. Jérôme B. *Classifying "CCs": Community, complementary and local currencies' types and generations* / B. Jérôme // *International Journal of Community Currency Research*. – 2011. – № 15. – P. 4–10 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://ijccr.files.wordpress.com/2012/05/ijccr-2011-special-issue-02-blanc.pdf>.

8. Ульянова Е. *Классификация денежных систем по конструктивным признакам* / Е. Ульянова // *Сборник научных трудов*. – 2009. – № 16. – С. 443–450.

9. Хайек Ф. *Частные деньги* / Ф. Хайек. – М. : БАКОМ. 1996. – 116 с.

10. *Bitcoin and Security: part 2 of 3*, John Park, March 2014 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://community.hpe.com/t5/Security-Research/Bitcoin-and-Security-part-2-of-3/ba-p/6528624#VwpJg6R96Uk>.

E-mail: vlk@kneu.edu.ua

УДК 330.1;338.2;339.9

Пригара О.Ю.

кандидат економічних наук,
доцент кафедри міжнародної економіки та маркетингу,
Київський національний університет імені Тараса Шевченка

Журило В.В.

кандидат економічних наук,
доцент кафедри міжнародної економіки та маркетингу,
Київський національний університет імені Тараса Шевченка

КОНСТРУЮВАННЯ ЕКОНОМІЧНОЇ КАТЕГОРІЇ «МІЖНАРОДНЕ ПОЗИЦІОНУВАННЯ ТОВАРУ» ТА МЕХАНІЗМ РОЗРОБКИ СТРАТЕГІЇ ПОЗИЦІОНУВАННЯ НА МІЖНАРОДНОМУ РИНКУ

У статті розглянуто сучасні підходи до конструювання економічної категорії «міжнародне позиціонування товару». Визначено фактори формування міжнародної стратегії позиціонування в умовах інтернаціоналізованого ринкового середовища, а також запропоновано визначення категорії «міжнародне позиціонування товару» з виокремленням трьох структурних елементів. Розроблено механізм формування стратегії позиціонування товару/послуги на міжнародних ринках. Запропоновано схему оцінювання чинників ринкової доступності міжнародного ринку для суб'єкта господарювання у процесі визначення його привабливості на основі експертних оцінок.

Ключові слова: економічна категорія, позиціонування товару, міжнародний ринок, стратегія позиціонування, механізм формування стратегії.

КОНСТРУИРОВАНИЕ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ КАТЕГОРИИ «МЕЖДУНАРОДНОЕ ПОЗИЦИОНИРОВАНИЕ ТОВАРА» И МЕХАНИЗМ РАЗРАБОТКИ СТРАТЕГИИ ПОЗИЦИОНИРОВАНИЯ НА МЕЖДУНАРОДНОМ РЫНКЕ

Пригара О.Ю., Журило В.В.

В статье рассмотрены современные подходы к конструированию экономической категории «международное позиционирование товара». Определены факторы формирования международной стратегии позиционирования в условиях интернационализированной рыночной среды, а также предложены определения категории «международное позиционирование товара» с выделением трех структурных элементов. Разработан механизм формирования стратегии позиционирования товара/услуги на международных рынках. Предложена схема оценивания факторов рыночной доступности международного рынка для субъекта хозяйствования в процессе определения его привлекательности на основе экспертных оценок.

Ключевые слова: экономическая категория, позиционирование товара, международный рынок, стратегия позиционирования, механизм формирования стратегии.

CONSTRUCTING OF ECONOMIC CATEGORY “INTERNATIONAL POSITIONING OF GOODS” AND THE MECHANISM OF FORMING OF POSITIONING STRATEGY ON AN INTERNATIONAL MARKET

Prygara O., Zhurylo V.

Modern concepts of constructing of economic category “international positioning of goods” are viewed in an article. Factors of international positioning strategy are defined under the conditions of internationalization of market environment and the category of “international positioning of goods” is offered. The mechanism of positioning strategy forming is proposed on an international market. A scheme of evaluation of factors of international market availability is proposed for a company while assessing its market attractiveness on the basis of experts' survey.

Keywords: economic category, positioning of goods, international market, positioning strategy, mechanism of developing the strategy.

Постановка проблеми. Сучасний стан розвитку економічної науки в Україні потребує якісного теоретичного та методичного забезпечення науково-дослідної діяльності. Невід'ємним атрибутом наукового пізнання об'єктивної економічної реальності є система понять та категорій, яка виступає теоретичним вира-

женням реальних умов економічного життя суспільства та відображує економічні ознаки предметів, явищ та процесів. Як зазначає відомий український фахівець з маркетингу А.О. Старостіна, «логічно вибудована система категорій та понять не лише є <...> запорукою формування чіткої та структурованої концепції, але й

дозволяє з успіхом займатися її прикладним застосуванням». Чітко визначений категоріальний апарат суттєво посилює теоретичні концепції економічної науки та вимагає дотримання чіткої методології до розробки економічних понять та категорій [1, с. 5].

Сучасні економічні трансформації, складність і багатогранність економічної дійсності формують підґрунтя для диференціації та інтеграції наукових знань, інтеграції економічної науки з іншими науковими галузями, сприяють виникненню нових парадигм економічної науки. Зазначені тенденції посилюють проблеми методології наукових досліджень, актуалізують питання доповнення та розширення емпіричних і теоретичних методів наукового пізнання, конструювання нових економічних категорій.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженню аспектів позиціонування товарів компанії приділяли увагу численні науковці, які ґрунтовно підходили до розгляду цього питання з позиції напрямів власних наукових досліджень. Безпосередньо дослідженню проблематики ринкового позиціонування товарів присвячено праці таких іноземних та вітчизняних вчених, як, зокрема, Д. Аакер, Т. Амблер, М. Блейдс, Б. Гюнтер, М. Кладвелл, Ф. Котлер, Ж. Ламбен, Г. Мінцберг, Д. Огілві, К. Оутс, М. Портер, Е. Райс, Дж. Траут, Ф. Уебстер, Дж. Уінд, Г. Хулей, Р.А. Фатхутдінов, А.О. Старостіна, А.О. Длігач, Т.О. Примак, О.В. Зозульов. При цьому, як зазначає український науковець Т.О. Примак, нині у працях дослідників, які займаються проблемами позиціонування, немає єдиної думки щодо того, що саме є позиціонуванням торгової марки, товару, фірми [2, с. 14]. Слід також зауважити, що в сучасній економічній літературі бракує наукових розробок, в яких висвітлюється специфіка ринкового позиціонування товарів на міжнародних ринках, а також які досліджують особливості формування стратегії позиціонування компанії під час інтернаціоналізації ринкової діяльності. В умовах, коли компанії здійснюють свою діяльність на декількох зовнішніх ринках, позиціонування стає компонентом міжнародного маркетингу, оскільки для забезпечення успішності та максимізації ефективності використання корпоративних ресурсів усі етапи стратегічного планування, частиною яких є стратегія позиціонування, повинні бути узгодженими. Водночас категорія «міжнародне позиціонування товару» практично не представлена в науковій літературі за тематикою. Це поняття можна теоретично обґрунтувати, виходячи з оцінки наявних підходів до трактування поняття «позиціонування товару» та базуючись на сучасних функціях та завданнях міжнародної маркетингової діяльності.

Постановка завдання. Метою статті є конструювання економічної категорії «міжнародне позиціонування товару» на основі узагальнення сучасних теоретичних підходів, що існують у вітчизняній і світовій економічній літературі, визначення факторів формування міжнародної стратегії позиціонування в умовах інтернаціоналізованого ринкового середовища та розроблення механізму формування стратегії позиціонування компанії на міжнародних ринках.

Виклад основного матеріалу дослідження. З метою визначення економічної сутності поняття «позиціонування товару» передусім визначимо місце позиціонування у стратегічній маркетинговій діяль-

ності компанії. Позиціонування як складова стратегічного процесу, об'єктом якого є товари/бренди, виникає на рівні стратегічної бізнес одиниці (далі – СБО) та є наслідком і передумовою розробки інших стратегій в межах даного рівня стратегічних рішень. Водночас на позиціонування товарів чи брендів компанії особливо під час інтернаціоналізації маркетингового управління великий вплив мають фактори бізнес-середовища та перш за все чинники культурного середовища країни, яку вибрано для виходу з метою розширення меж географічної діяльності. Зазначимо, що на сучасному етапі розвитку концепції маркетингової діяльності, тобто в умовах високої значущості споживача як ключової ланки ринкових взаємовідносин, розробка стратегії позиціонування є визначальною щодо формування ринкових та продуктових стратегій. Значущість першочергового визначення напрямку ринкової позиції продукції підприємства у свідомості цільових споживачів зумовлена тим, що під час розроблення стратегії позиціонування визначається загальна концепція конкурентного позиціонування продукту/марки компанії, яка надалі впливає на формування продуктової стратегії підприємства та лежить в основі розробки функціональних стратегій. Тому поєднання ринкової та продуктової стратегії в загальну маркетингову стратегію відбувається завдяки загальній концепції, яка покладена в основу стратегії позиціонування. Таким чином, місце позиціонування у ланцюгу стратегічних рішень компанії представлено на рис. 1.

Відповідно до методики конструювання категоріального апарату економічної науки, запропонованою А.О. Старостіною, будь-яка економічна категорія чи поняття має складатися з трьох основних складових. Перша складова описує найбільш суттєву сторону явища, яке досліджується, друга складова повинна відображати те, яким саме чином відбувається розгортання сутності явища в рамках певного, чітко визначеного змісту. Використовуючи третій, останній компонент, розробник категорії повинен вказати, до якого саме результату в економічній системі приводить реалізація конкретного явища [1, с. 7]. Найпоширеніші підходи вітчизняних та іноземних економістів до визначення сутності, змісту та мети реалізації поняття позиціонування товару/торгової марки компанії представлені у табл. 1.

Загалом було проаналізовано 19 визначень, запропонованих вченими та дослідниками в наукових працях, до яких належать Дж. Траут, А. Райс, Ф. Котлер, К.-Л. Келлер, Г. Амстронг, Ж.-Н. Капферер, Д. Аакер, М. Портер, Д. Кревенс, Ж.Ж. Ламбен, Д. Огілві, Г. Хулей, Дж. Сондерс, Н. Пірсі, Е.П. Голубков, Р.А. Фатхутдінов, А.О. Старостіна, М.Б. Яненко, С. Хамініч, В. Буряк, О.В. Зозульов, Ю.В. Терентьев, О. Громова. Зазначимо, що нами не було взято до уваги визначення, які містяться в літературі публіцистичного характеру та на інтернет-сторінках різного роду економічних асоціацій, форумів тощо. За результатами проведеного аналізу підкреслимо, що більшість авторів трактує економічний зміст поняття «позиціонування» як діяльність компанії, спрямовану на формування у свідомості споживача позиції товару, відмінної від торгових марок конкурентів.

За першою складовою, тобто сутністю явища, розглянуті категорії можна класифікувати як процес, діяльність, сукупність елементів (комплекс заходів),



Рис. 1. Місце позиціонування в ланцюгу маркетингових стратегій компанії на рівні СБО/товару/торгової марки

Джерело: побудовано авторами

Таблиця 1. Структура категорії «позиціонування» в підходах різних авторів¹

Автор, рік видання наукової праці	Сутність явища	Зміст явища/механізм реалізації	Результат явища/кінцева мета
Дж. Траут і Е. Райс, 1972 р.	Створення для товару певної позиції серед конкуруючих товарів, своєрідної ніші	—	яка знайшла б відображення в ієрархії цінностей, сформованій у свідомості потенційного покупця
Т. Амблер, 1999 р.	Мистецтво формування образу марки в уяві цільової аудиторії таким чином, (1)	для чого використовуються як реальні, так і уявні її характеристики (3)	щоб вона якомога вигідніше відрізнялась від марок конкурентів (2)
Ф. Котлер, 1999 р.	Комплекс заходів	завдяки яким у свідомості цільових покупців даний товар стосовно конкуруючих товарів посідає власне, відмінне від інших та вигідне для компанії місце	відповідно до якого споживачі ідентифікують той або інший товар за його найважливішими характеристиками
Р.А. Фатхутдінов, 2000 р.	Процес визначення місця нового товару в низці наявних товарів, установлення сфери його застосування разом з іншими товарами	на основі сегментації ринку	—
Д.А. Аакер, 2003 р.	Частина ідентичності бренда і пропозиції цінності	яка активно доводиться до відома цільової аудиторії засобами комунікації	і показує його переваги перед конкуруючими брендами
А.О. Старостіна, 2005 р.	Процес створення ринкового іміджу товару	на основі виявлених мотивацій споживачів	з метою формування у свідомості цільових споживачів унікального сприйняття товару, відмінного від товарів конкурентів
О.В. Зозульов, 2008 р.	Забезпечення товару такого місця на ринку й у свідомості споживача	—	яке чітко відрізняється від інших

¹ В таблиці вибірково надано визначення найвідоміших науковців

Джерело: складено авторами

інструмент, мистецтво, місце на ринку та систему. Деякі з зазначених елементів, на наш погляд, є дискусійними та не мають теоретичної обґрунтованості. Наприклад, сутність позиціонування як мистецтво розкриває лише досконале вміння компанії в зазначеній сфері, показує значимість та особливості даної категорії для компанії, але є надто загальним, не даючи змогу усвідомити її економічну сутність та значення з позиції науки. Підхід до сутності явища як комплексу заходів є також обмеженим, оскільки зумовлює розуміння сукупності інструментів, які повинні бути використані у даному процесі, та частково розкриває лише функції категорії, а не її значення. Водночас трактування не лише сутності явища позиціонування товару, але й механізму та кінцевої мети його здійснення дещо відрізняється з-поміж економістів. З огляду на це можна виділити загальні підходи по трьох компонентах визначення досліджуваної категорії (табл. 2).

Як можна побачити у табл. 2, найпоширенішими поглядами серед науковців щодо сутності поняття є «діяльність» та «інструмент/комплекс заходів». На нашу думку, останній варіант не можна застосовувати у конструюванні категорії, оскільки інструмент (або комплекс заходів) є знаряддям, за допомогою якого досягається встановлена мета. Незважаючи на те, що «діяльність» підходить за своєю сутністю, вважаємо, що «процес» є більш доречним у конструюванні. На нашу думку, позиціонування як процес дає змогу усвідомити дану категорію як реалізацію сукупності послідовних дій з використанням певних інструментів, спрямованих на досягнення певного результату.

Стосовно сутності «механізму реалізації» або «змісту явища» погляди науковців різняться. На основі аналізу визначень нами виокремлено 4 напрями у формуванні змісту явища: виявлення мотивацій споживачів, ринкове сегментування, побудова комунікації, створення відмітних переваг/характеристик товару.

Вважаємо, що сутність «механізму реалізації» полягає у відображенні основних важелів та елементів, використання яких забезпечить результат явища та досягнення кінцевої мети. Конкуренція та цінності споживача є ключовими вихідними пунктами для позиціонування. Ринковий успіх продукту насамперед зумовлений його здатністю диференціюватись від товарів-конкурентів та забезпечувати очікувану споживчу цінність. Отже, виявлення споживчих мотивацій цільового ринку та формування відмітних переваг є обов'язковими елементами досліджуваної категорії.

Останній, третій компонент категорії має місце у визначеннях тільки частини науковців, які зосереджують увагу або на споживачі як об'єкті впливу (наприклад, формування образу товару у свідомості споживача/досягнення певного уявлення про товар у свідомості споживача), або на ринковій позиції товару серед наявних товарів (наприклад, формування образу товару, відмітного від товарів-конкурентів/визначення місця нового товару в ряді наявних товарів). Як можна побачити у табл. 2, деякі науковці дотримуються погляду щодо поєднання цих двох позицій у відображенні сутності результату явища як складової категорії позиціонування. На нашу думку, цей підхід є виправданим, оскільки концепція позиціонування визначає образ певного товару або торговельної марки, який компанія намагається сформувати у свідомості цільового сегменту споживачів за умов, що сформований образ повинен мати чітку позицію порівняно з основними конкуруючими товарами та особливу цінність для цільового споживача.

Розробка ефективних стратегічних цілей позиціонування та вибір оптимальних способів їх досягнення передбачають в умовах діяльності компанії на міжнародних ринках врахування факторів формування стратегій позиціонування товарів, усю сукупність яких умовно можна поділити на 3 групи:

Таблиця 2. Групування трактувань складових категорії «позиціонування товару» вітчизняними та іноземними авторами

1. Сутність явища					
Процес	Діяльність	Місце на ринку	Спосіб, інструмент чи комплекс заходів	Система	Мистецтво
А.О. Старостіна, Р.А. Фатхутдінов, О. Громова	Ф. Котлер, Ж.-Н. Капферер, П. Доль, Д. Аакер, К.-Л. Келлер, Г. Амстронг, М.Б. Яненко, О. Зозульов	С. Хамініч, В. Буряк, Е.П. Голубков	Ж.-Ж. Ламбен, Дж. Траут та А. Райс, Д. Аакер, Д. Кре- венс, К. Кроуфорд, Ю.В. Терентьєв	Дж. Траут, М. Портер	Т. Амблер
2. Механізм реалізації/зміст явища					
Через виявлення мотивацій споживачів	Через сегментування ринку	Через побудову правильної комунікації		Через формування характеристик товару, відмітних переваг	
А.О. Старостіна, Ю.В. Терентьєв	Р.А. Фатхутдінов, Д.А. Аакер, Ф. Котлер, Д. Кревенс	Дж. Траут, Д.А. Аакер, Д. Кревенс		Т. Амблер, П. Доль, Ж.-Н. Капферер	
3. Кінцева мета/результат явища					
Формування відмітного сприйняття/місця товару у свідомості споживача	Формування образу товару як унікального/найвигідні- шого у свідомості спожи- вача порівняно з конкурен- тами		Формування образу товару, відмітного від товарів-конкурентів/визначення місця нового товару в ряді наявних товарів		
Ф. Котлер, К.-Л. Келлер, Дж. Траут (1981 р.)	Дж. Траут (1972 р.), А. Райс, А.О. Старостіна, М.Б. Яненко, Д. Аакер		К. Кроуфорд, Г. Амстронг, Д. Аакер, Ю.В. Терентьєв, Р.А. Фатхутдінов, Н.В. Бутенко, О. Зозульов, О. Громова		

Джерело: складено авторами

1) чинники мікросередовища, які мають прямий вплив на формування міжнародної стратегії позиціонування товару, оскільки дають підставу для визначення цільових сегментів, вибору критеріїв позиціонування та виду стратегії;

2) чинники макросередовища, певні з яких мають опосередкований вплив на формування міжнародної стратегії позиціонування, оскільки визначають стратегію виходу компанії на іноземний ринок, яка впливає на ланцюг стратегій СБО/товару/марки, зокрема позиціонування;

3) культурні особливості, притаманні національним економічним системам, які є більш стійкими до процесів глобалізації та визначають специфічні духовні, емоційні, інтелектуальні риси суспільства, формують ціннісні орієнтації людини та норми поведінки в суспільстві.

Стратегія позиціонування, таким чином, містить відповіді на такі питання:

- хто є цільовими споживачами товару;
- в чому полягають споживчі цінності цільової аудиторії;
- яким чином культурні особливості країни позначаються на формуванні споживчих цінностей;
- хто є цільовими конкурентами бренду;
- як компанія диференціюватиме свій бренд у свідомості цільових споживачів від торгових марок конкурентів;
- які напрями адаптації товару та маркетингового комплексу компанії відповідно до визначеної диференціації;
- якій обсяг корпоративних ресурсів компанія залучить для позиціонування бренду;
- які часові рамки компанія має встановити для здійснення позиціонування;
- якою буде ефективність запропонованих заходів позиціонування.

На рис. 2 зображені ключові фактори впливу на розробку міжнародної стратегії позиціонування товару компанії.

З огляду на проведений аналіз можна визначити категорію «міжнародне позиціонування товару» як процес створення ринкового образу товару на певному міжнародному ринку на основі виявлених мотивацій та культурних цінностей споживачів, який забезпечить його відмінність від конкуруючих товарів та посилить міжнародні конкурентні позиції суб'єкта господарювання.

Запропонована категорія має такі переваги теоретичного обґрунтування:

- позиціонування розглянуто як процес в умовах інтернаціоналізованої діяльності компанії;
- акцентується увага на необхідності врахування міжнародних конкурентних позицій товару;
- акцентується увага на необхідності врахування мотивацій цільових споживачів товару;
- підкреслюється необхідність врахування культурного фактору як одного з ключових, що впливає на досягнення ринкових цілей компанії на міжнародному ринку.

На рис. 3 наведено модель формування міжнародної стратегії позиціонування. Модель формування міжнародної стратегії позиціонування товарів/послуг включає сім етапів. Перший етап передбачає аналіз привабливості ринку. Привабливість міжнародного ринку залежить від чинників середовища міжнародного підприємництва і може бути оцінена через визначення ступеня відповідності стану факторів ринкового середовища економічним інтересам підприємств на міжнародному ринку. Таким чином, оцінюючи привабливість ринку, слід аналізувати політико-правові, економічні, соціально-культурні, науково-технічні фактори маркетингового середовища, особливості розвитку ринку, рівень транснаціоналізації та регіональної інтеграції. Ефективним інструментом оцінки якісних факторів є експертні опитування та отримання їх узагальненої бальної оцінки. Таке оцінювання необхідно проводити для кожної країни, яка відібрана для аналізу, а за її результатами необхідно вибирати найбільш привабливу.

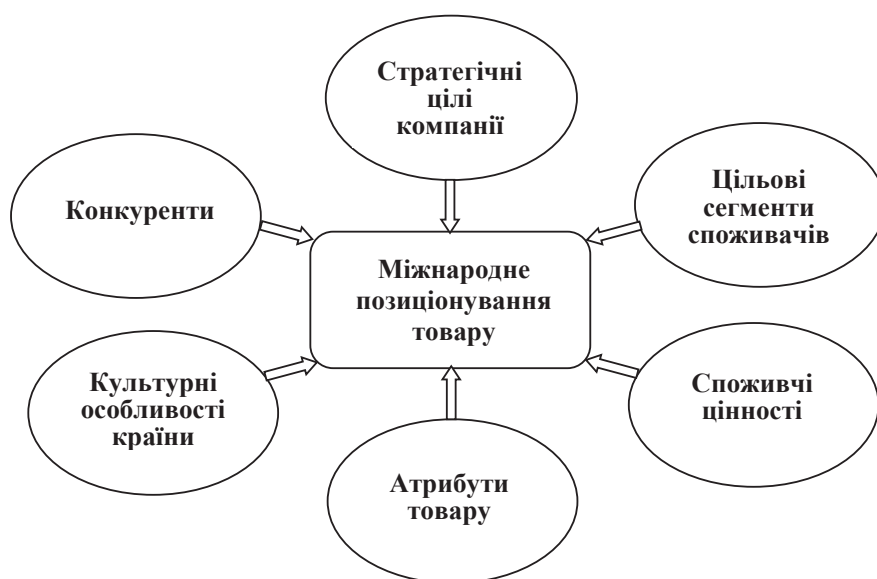


Рис. 2. Ключові фактори впливу на міжнародне позиціонування товару

Джерело: складено авторами

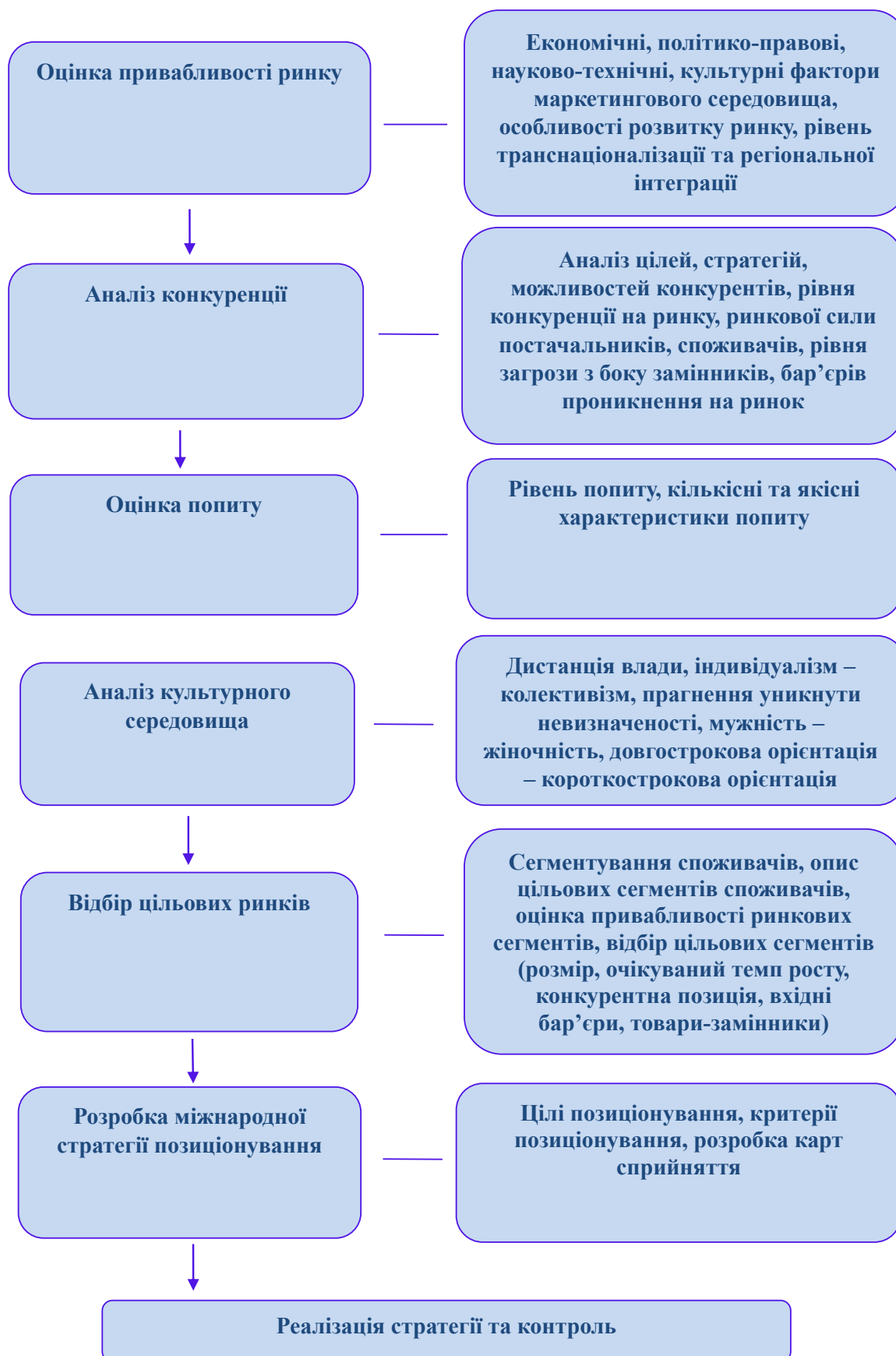


Рис. 3. Модель формування міжнародної стратегії позиціонування товарів/послуг

Джерело: складено авторами

У табл. 3. запропоновано схему оформлення зібраної інформації та її інтерпретацію.

Так, загальний показник, який характеризує вплив конкретного чинника, буде результатом урахування даних трьох факторів, а саме вагомості вкладу фактору у загальний показник, ймовірності реалізації та бальної оцінки його впливу, і буде розраховуватися за формулами:

$$F_3(i) = a(i) \cdot h(i) \cdot b(i), i = 1 \dots n, \quad (1)$$

$$F_m(i) = a(i) \cdot h(i) \cdot b(i), i = 1 \dots n, \quad (2)$$

де $F_3(i)$, $[F_m(i)]$ – загальна оцінка впливу i -го чинника ринкової загрози [можливості];

$a(i)$ – коефіцієнт вагомості i -го фактора; $h(i)$ – ймовірність реалізації i -го фактора;

$b(i)$ – ступінь прояву i -го фактора; n – кількість факторів.

Сума отриманих загальних оцінок впливу i -х факторів складатиме загальний показник потенційних ринкових загроз або можливостей – I_3 або I_m :

$$I_3 = \sum F_3(i); \quad (3)$$

$$i=1, n;$$

$$I_m = \sum F_m(i); \quad (4)$$

$$i=1, n,$$

де I_3 – загальний показник потенційних ринкових загроз;

I_m – загальний показник потенційних ринкових можливостей.

Як експертів слід залучати керівників, що відповідають за прийняття рішень на підприємстві та переважно є представниками різних підрозділів підприємства та сторонніх спеціалістів, які є фахівцями у даній галузі.

Для зіставлення отриманих бальних оцінок ринкових загроз та можливостей проникнення підприємства на міжнародні ринки ми пропонуємо розраховувати інтегрований показник ринкової доступності, який показуватиме ступінь переваги ринкових можливостей над загрозами і характеризуватиме ступінь перспективності ринку для підприємства:

$$I_{\text{дост}} = I_3 / I_m; \quad (5)$$

де $I_{\text{дост}}$ – інтегрований показник ринкової доступності.

У разі збільшення цього індексу можемо говорити про покращення співвідношення ринкових загроз та можливостей, а тому збільшення привабливості ринку для підприємства.

Другий етап передбачає аналіз конкуренції на ринку. На даному етапі слід аналізувати рівень інтенсивності конкуренції, сильні, слабкі сторони, загрози та можливості з боку конкуренції. Крім того, слід враховувати рівень загрози з боку споживачів, поставальників, товарів-замінників, а також вхідні бар'єри у галузь та потенційну конкуренцію в галузі. Ринковими бар'єрами є патенти, ліцензії, високі витрати, насичення ринку, унікальність виробництва. Третій етап передбачає оцінку ринкового попиту. З метою визначення якісних та кількісних характеристик попиту слід проводити маркетингове дослідження. На четвертому етапі аналізують культурне середовище ринку. Культурні особливості країн можна розглядати за допомогою багатофакторної моделі цінностей, розробленої Г. Хофстедом. Пропонована науковцем термінологія для опису національної культури включає в себе п'ять параметрів: 1) індивідуалізм – колективізм (IDV); 2) дистанція влади (PDI); 3) прагнення уникнути невизначеності (UAI); 4) мужність – жіночність (MAS); 5) «довгострокова орієнтація» (LTO) [3].

П'ятий етап передбачає вибір цільового ринку. На цьому етапі слід продовжити сегментування споживачів, опис профілів отриманих сегментів, провести оцінку привабливості ринкових сегментів та здійснити відбір цільових сегментів. Існують п'ять критеріїв, які вказують на ефективність проведеного сегментування: розмір, очікуваний темп зростання, конкурентна позиція, витрати переходу та бар'єри проникнення на ринок. На шостому етапі розробляють стратегію позиціонування. Цей етап включає формування цілей позиціонування, вибір критеріїв позиціонування, побудову карти сприйняття. Для визначення поточної ринкової позиції слід провести маркетингове дослідження з метою визначення характеристик товару, які є найбільш важливими, визначення рівня сприйняття різних брендів за цими характеристиками, а також пошуку шляхів вдосконалення товару для покращення рівня задоволеності клієнта. Карти позиціонування дають змогу наочно оцінити позиції наявних товарів та послуг і розробити пропозиції щодо вибору бажаної позиції на ринку та стратегії позиціонування.

Таблиця 3. Оцінювання чинників ринкової доступності для суб'єкта господарювання – потенційних ринкових загроз і можливостей

Фактор ринкових загроз	Коефіцієнт вагомості фактору, $a(i)$, (0..1)	Ймовірність реалізації фактору, $h(i)$, (0..1)	Бальна оцінка, $b(i)$, (0..10)	Загальна оцінка впливу фактору ринкової загрози, $F_3(i)$
1.				
...				
n				
Загальний показник ринкових загроз, I_3				$\sum F_3(i)$
Фактор ринкових можливостей	Коефіцієнт вагомості фактору, $a(i)$, (0..1)	Ймовірність реалізації фактору, $h(i)$, (0..1)	Бальна оцінка, $b(i)$, (0..10)	Загальна оцінка впливу фактору ринкової можливості, $F_m(i)$
1.				
...				
n				
Загальний показник ринкових можливостей, I_m				$\sum F_m(i)$

Сьомий етап передбачає впровадження та контроль за реалізацією стратегії позиціонування. З моменту вибору позиції слід застосовувати відповідні маркетингові заходи: стратегія позиціонування має знаходити відображення в комплексі маркетингу. Крім того, стратегія вимагає постійного моніторингу і контролю за її впровадженням. А рішення щодо позиції товару/послуги мають бути адаптовані відповідно до змін у потребах споживачів та стратегій конкуруючих товарів.

Висновки з проведеного дослідження. Міжнародне позиціонування товарів компанії є невід'ємною частиною реалізації її базової маркетингової стратегії, успішність втілення якої визначає можливість досягнення поставлених стратегічних цілей стосовно окремого товару/бренда компанії на певному міжнародному ринку. В умовах інтернаціоналізації господарської діяльності та здійснення компаніями міжнародного маркетингу міжнародне позиціонування брендів стає одним із ключових факторів успіху на міжнародних ринках для суб'єктів міжнародних економічних відносин.

Міжнародна стратегія позиціонування бренда є практичним втіленням необхідності його диференціації у свідомості споживачів від торгових марок конкурентів в умовах діяльності компанії на міжнародних ринках. Вона також є частиною ланцюга стратегій СБО, товару, марки, а на її формування впливає сукупність факторів як макро-, так і мікросередовища.

Категорію «міжнародне позиціонування товару» можна визначити як процес створення ринкового образу товару на певному міжнародному ринку на основі виявлених мотивацій та культурних цінностей споживачів, який забезпечить його відмінність від конкуруючих товарів та посилить міжнародні конкурентні позиції суб'єкта господарювання. Запропонована категорія має такі переваги теоретичного обґрунтування: позиціонування розглянуто як процес в умовах інтернаціоналізованої діяльності компанії; акцентується увага на необхідності врахування міжнародних конкурентних позицій товару; акцентується увага на необхідності врахування

мотивацій цільових споживачів товару; підкреслюється необхідність врахування культурного фактору як одного з ключових, що впливає на досягнення ринкових цілей компанії на міжнародному ринку.

Модель формування міжнародної стратегії позиціонування товару/послуги включає такі етапи: 1) оцінка привабливості ринку; 2) аналіз конкуренції; 3) оцінка попиту; 4) аналіз культурного середовища; 5) відбір цільових ринків; 6) розробка міжнародної стратегії позиціонування; 7) реалізація стратегії та контроль. Перший етап передбачає аналіз привабливості ринку, яка залежить від чинників середовища міжнародного підприємництва і може бути оцінена через визначення ступеня відповідності стану факторів ринкового середовища економічним інтересам підприємств на міжнародному ринку. На другому етапі слід аналізувати рівень інтенсивності конкуренції, сильні, слабкі сторони, загрози та можливості з боку конкуренції. Крім того, слід враховувати рівень загрози з боку споживачів, постачальників, товарів-замінників, а також вхідні бар'єри у галузь та потенційну конкуренцію в галузі. З метою визначення якісних та кількісних характеристик попиту на третьому етапі слід проводити маркетингове дослідження. На четвертому етапі аналізують культурні особливості країн за допомогою багатфакторної моделі цінностей. На п'ятому етапі слід продовжити сегментування споживачів, опис профілів отриманих сегментів, провести оцінку привабливості ринкових сегментів та здійснити відбір цільових сегментів. Шостий включає формування цілей позиціонування, вибір критеріїв позиціонування, побудову карти сприйняття. Останній, сьомий етап передбачає впровадження та контроль за реалізацією стратегії позиціонування. З моменту вибору позиції слід вживати відповідних маркетингових заходів: стратегія позиціонування має знаходити відображення в комплексі маркетингу. Сформована стратегія міжнародного позиціонування вимагає постійного моніторингу і контролю за її впровадженням.

1. Старостіна А.О. Сутність та практичне застосування методики конструювання категоріального апарату економічної науки (на прикладі понять «глобалізація» та «підприємницький ризик») / А.О. Старостіна, В.В. Кравченко // Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка. Економіка. – 2011. – Вип. 128. – С. 5–10.

2. Примак Т.О. Стратегії позиціонування у теорії маркетингу / Т.О. Примак // Маркетинг і менеджмент інновацій. – 2012. – № 1. – С. 13–20.

3. Hofstede G.H. Culture's consequences: Comparing values, behaviors, institutions and organizations across nations / G.F. Hofstede. – Sage Publications, 2001. – 599 p.

4. Аакер Д. Стратегічне ринкове управління / Д. Аакер. – СПб.: Питер, 2007. – 496 с.

5. Kotler Ph. Marketing management / Ph. Kotler, K.L. Keller. – Harlow Pearson Education, 2012. – 811 p. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://socioline.ru/files/5/283/kotler_keller_-_marketing_management_14th_edition.pdf.

6. Зозульов О.В. Типи позиціонування товарів і марок на споживчому ринку / О.В. Зозульов // Маркетинг в Україні. – 2008. – № 6. – С. 49–52. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://irbis.kneu.kiev.ua:8080/bitstream/2010/4437/1/49%20-%2052.pdf>.

7. Crawford C.M. A New Positioning Typology / C.M. Crawford // The journal of product innovation management. – 1985. – Vol. 2. – P. 243–253. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/1540-5885.240243/abstract>.

8. Kapferer J.-N. Strategic brand management: creating and sustaining brand equity long term / J.-N. Kapferer. – London ; Dover, NH, USA : Kogan Page, 1997. – 443 p. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.sabairib.com/dl/files/Strategic_Brand_Management.pdf.

E-mail: olgaprygara@gmail.com

E-mail: vikzhur@gmail.com

УДК 339.166.82:339.13.021

Рябченко К.Н.

аспирант кафедры международного бизнеса и экономической теории,
Харьковский национальный университет имени В.Н. Каразина

ВЛИЯНИЕ ФАЗ БОЛЬШИХ ЭКОНОМИЧЕСКИХ ЦИКЛОВ НА ПРОДОВОЛЬСТВЕННЫЙ РЫНОК УКРАИНЫ

Продовольственный рынок Украины в условиях глобализации мирового экономического пространства испытывает влияние больших экономических циклов, исследование которых составляет отдельное научное направление мировой экономической мысли. В статье сделана попытка выявить практические формы влияния фаз этих циклов на первичное звено продовольственного рынка – производство продовольственного сырья. Наряду с этим по данным ведущих украинских ученых выполнен анализ экспорта и импорта продовольствия животного и растительного происхождения. Выводы и предложения направлены на углубленное понимание скрытого характера причинно-следственных связей между фазами больших циклов и ситуацией с производством продовольственного сырья в Украине.

Ключевые слова: большие экономические циклы, классификация циклов, продолжительность фаз циклов, продовольственный рынок, экспорт и импорт продовольствия.

ВПЛИВ ФАЗ ВЕЛИКИХ ЕКОНОМІЧНИХ ЦИКЛІВ НА ПРОДОВОЛЬЧИЙ РИНОК УКРАЇНИ

Рябченко К.М.

Продовольчий ринок України в умовах глобалізації світового економічного простору зазнає впливу великих економічних циклів, дослідження яких становить окремий науковий напрям світової економічної думки. У статті зроблена спроба виявити практичні форми впливу фаз цих циклів на первинну ланку продовольчого ринку – виробництво продовольчої сировини. Водночас за даними провідних українських вчених виконано аналіз експорту та імпорту продовольства тваринного і рослинного походження. Висновки і пропозиції спрямовані на поглиблене розуміння прихованого характеру причинно-наслідкових зв'язків між фазами великих циклів і ситуацією з виробництвом продовольчої сировини в Україні.

Ключові слова: великі економічні цикли, класифікація циклів, тривалість фаз циклів, продовольчий ринок, експорт та імпорт продовольства.

INFLUENCE OF PHASES OF LARGE ECONOMIC CYCLES ON THE UKRAINE'S FOOD MARKET

Ryabchenko K.

The food market of Ukraine under conditions of globalization of the world economic space is influenced by large economic cycles, the study of which constitutes a separate scientific direction of world economic thought. The article makes an attempt to reveal practical forms of influence of the phases of these figures on the primary link of the food market – the production of food raw materials. Along with this, according to leading Ukrainian scientists, the analysis of the export and import of food of animal and vegetable origin was carried out. Conclusions and proposals are aimed at an in-depth understanding of the hidden nature of the cause-effect relationships between the phases of large cycles and the situation with the production of food raw materials in Ukraine.

Keywords: large economic cycles, food market, food export and import, classification of cycles, duration of the phases of cycles.

Постановка проблемы. К концу XIX века в мировой экономической науке стало утверждаться понимание циклично-волнового характера развития. Этому способствовало осмысление циклического повторения в природе аномальных явлений (засухи, наводнений, пыльных бурь и др.), вызывавших периодический голод людей в результате резкого снижения урожая и появлявшихся внезапно эпидемий (чумы, тифа, холеры и др.). И хотя с позиций религиозного мировоззрения во всех конфессиях это воспринималось как наказание высших сил человечества за грехи, все же рациональное осмысление этих явлений наводило на мысль о том, что в этих повторениях просматриваются какие-то устойчивые закономерности, тенденции. В мировой

экономической науке это послужило основой теории циклов и кризисов. В XXI веке с осмыслением результатов рыночной трансформации в Украине актуальность глубокого научного осмысления функционирования продовольственного рынка выросла.

Анализ последних исследований и публикаций. Обратимся к периодизации и классификации экономических циклов и кризисов, которые к концу XIX века стали формироваться, а позже были лишь дополнены. Принято выделять по продолжительности многовековые (150–300 лет), долгосрочные (40–60 лет), среднесрочные (18–22 года) и краткосрочные циклы (3–5 лет). Основными авторами многовековых экономических циклов является французский исследователь Ф. Бро-

дель и английский последователь его идей Р. Камерон. Заслуги в разработке долгосрочных экономических циклов признаны за русским ученым Н. Кондратьевым. Среднесрочные циклы разрабатывали С. Кузнец, Н. Кондратьев, а также А. Чижевский, который обратил внимание на солнечно-земные циклы, существенно влияющие на аграрную деятельность и продовольственные рынки. Краткосрочные циклы не имеют своего проявления в аграрной деятельности человека и не влияют по этой причине на динамику продовольственного рынка, поэтому мы их не рассматриваем [4].

Российский исследователь А. Чижевский установил 10–12 циклы, которые обусловлены именно продолжительностью солнечных циклов. Через влияние на растительный мир они определяют частные хозяйственные циклы в сельскохозяйственной жизни, что сопровождается ростом и спадом урожайности. За ней следует изменение в поголовье скота, которое выступает основным продовольственным сырьем мясомолочной группы продуктов.

Постановка задания. Целью статьи является обоснование влияния фаз больших экономических циклов на функционирование продовольственного рынка Украины в период рыночных трансформаций в рамках ВТО. Задачи, вытекающие из поставленной цели, сводятся к тому, чтобы на основании осмысления работ всемирно известных ученых по теории циклов осмыслить новые связи продовольственного рынка с фазами больших циклов. На этой основе следует предложить более взвешенную в рамках долгосрочных ожиданий и правил ВТО оценку происходящих процессов на продовольственном рынке Украины.

Изложение основного материала исследования. Осмысливая работы изученных нами вышеуказанных всемирно известных и украинских ученых по теории

циклов и кризисов, следует выделить их движущие силы (табл. 1).

Представленная классификация в изученных нами источниках чаще всего исследуется с опорой на большие экономические циклы Н. Кондратьева. В рамках этих циклов находят свое отражение и экономические циклы более короткой продолжительности. Поскольку в настоящее время отсутствует исходная статистическая информация, необходимая для выделения основных факторов продовольственного рынка в Украине, представляется невозможным использовать эту периодизацию для оценки ценовых колебаний на основные виды продовольствия.

Значительную практическую ценность в научном осмыслении в нынешней ситуации на продовольственном рынке нашей страны представляет структура циклов эволюции мировой экономической системы (табл. 2).

На наш взгляд, важность представленной в табл. 2 структуры циклов заключается в двух основополагающих аспектах.

Первый аспект заключается в том, что каждый цикл начинается с фазы структурного кризиса, за которым следует технологический переворот. Этот переворот начинается с базовых отраслей макроэкономики в каждой отдельно взятой стране. В XIX веке эту роль играли горнодобывающая, энергетическая, металлургическая отрасли, от которых зависит машиностроение. Переход аграрного производства во всех странах мира к механизированной обработке земли стал напрямую зависеть от мощности и надежности тракторов, комбайнов и других орудий, составляющих основные фонды производственного назначения. Именно эта причинно-следственная связь, как показано в исследовании ведущих украинских ученых, является основой

Таблица 1. Основные признаки, продолжительность и движущие силы экономических циклов [4]

Название циклов	Продолжительность	Движущие силы
Кондратьева	40–60 лет	Радикальные изменения в технологической базе специального производства, его структурная перестройка
Кузнец	20 лет	Сдвиги в воспроизводственной структуре производства
Джуглера	7–11 лет	Взаимодействие комплекса денежно-кредитных факторов
Китчина	3–5 лет	Динамика относительной величины запасов товарно-материальных ценностей на предприятиях
Частные хозяйственные циклы	1–12 лет	Колебания инвестиционной деятельности

Таблица 2. Датировка циклов эволюции мировой экономической системы [3]

Цикл	Фаза	Примерная датировка	Примерная продолжительность
1	1. Структурный кризис	1753–1789 гг.	около 36 лет
	2. Технологический переворот	1789–1813 гг.	около 24 лет
	3. Великие потрясения	1813–1849 гг.	около 36 лет
	4. Революция международного рынка	1849–1873 гг.	около 24 лет
2	1. Структурный кризис	1873–1897 гг.	около 24 лет
	2. Технологический переворот	1897–1921 гг.	около 24 лет
	3. Великие потрясения	1921–1945 гг.	около 24 лет
	4. Революция международного рынка	1945–1969 гг.	около 24 лет
3	1. Структурный кризис	1969–1981 гг.	около 24 лет
	2. Технологический переворот	1981–2005 гг.	около 24 лет
	3. Великие потрясения	2005–2017 гг.	около 24 лет
	4. Революция международного рынка	2017–2041 гг.	около 24 лет

научной аргументации нынешнего состояния во всех сферах АПК. Ситуация на продовольственном рынке стала завершающим звеном той длинной цепи, которая составляет несколько десятилетий [2; 6].

Второй аспект заключается в том, что продолжительность первой фазы в первом цикле составляет 36 лет, во втором – 24 года, в третьем цикле она сократилась еще на половину и составила лишь 12 лет. На наш взгляд, для понимания нарастания негативных в социальном отношении явлений продовольственного рынка Украины.

Как известно, состояние продовольственного рынка отдельно взятой страны в условиях глобализации характеризуется соотношением экспорта и импорта продукции животного и растительного происхождения (табл. 3).

Взятые нами данные за 2007–2009 гг. обусловлены тем, что именно в этот период поголовье животных, в отличие от 2016–2017 гг., не достигло столь резкого снижения, что Украина оказалась не в состоянии обеспечить себя по европейским нормам молоком и мясом в расчете на душу населения. Взятый нами период для анализа показывает, что задолго до 2016–2017 гг. в нашей стране четко наблюдалось значительное сокращение экспорта продукции животного происхождения. В стоимостном измерении поступления от экспорта в валюту снизились от 0,37 до 0,29 млрд. долл., что составило почти 20%.

За этот период продукты растительного происхождения дали значительную экспортную прибавку, что отражает устойчивый рост их экспорта: с 1,09 в 2007 г. валютная выручка выросла до 2,48 млрд. долл. Жиры и масла в 2007 г. не экспортировались. Но в 2009 г. их экспорт дал 1 млрд. долл. Готовые пищевые продукты, которые составляют основу экспорта в развитых странах, на фоне приведенных данных занимают весьма скромное место. Валютная выручка за анализируемый период почти не изменилась: в 2007 г. она составила 0,98, 2009 г. – 1,08 млрд. долл.

Рыночная экономика в развитых странах ЕС, на практике которых сформировалась практика ВТО, за последние два века отработала устойчивые макроэкономические подходы регулятивного характера. В своей совокупности они обеспечивают достаточную рентабельность товарной продукции продовольственного сырья, перерабатывающей сфере и торговле. Это составляет экономическую основу конкурентной среды продовольственного рынка во всех странах ЕС. В Украине, к сожалению, с самого начала рыночной трансформации, как известно, ценовой диспаритет был настолько резким и глубоким, что до 2017 г. ска-

зывается на отсутствии роста поголовья всех видов животных [1, с. 83–94, 181–184].

По данным Института экономики УААН (проф. А. Шпычак) соотношение индекса цен на сельскохозяйственную продукцию и продукцию, потребляемую сельским хозяйством, с 1990 г. за первые 11 лет рыночной трансформации, а именно до 2012 г., существенно ухудшило все составляющие не в пользу продовольственного рынка. Так, рассматривая в качестве базиса 1990 г., можно заметить, что соотношение индекса цен в 1995 г. составило 0,19; в 2000 г. – 0,19; в 2005 г. – 0,16; в 2011 г. – 0,15. Именно это, как нам представляется, является основополагающим экономическим положением, которое повлияло и продолжает влиять в 2017 г. на формирование основных элементов себестоимости зерновых и кормовых культур, которые составляют основу себестоимости мясомолочной продукции.

При этом цены на хлебобулочные изделия больше зависят от цен на мировом рынке на зерно, чем от ценового колебания себестоимости зерна в Украине. Накануне вступления Украины в ВТО дискуссия имела разнонаправленный характер. Экспортеры зерна, которые сознательно отказались от комплексного развития своих хозяйств и ликвидировали животноводство полностью, имели достаточную рентабельность.

Отметим, что сторонники более широкого взгляда на членство Украины в ВТО, в частности ее продовольственного рынка, аргументировано предупреждали о серьезных, долговременных, стратегических последствиях отрицательного характера. К ним, в частности, на наш взгляд, следует вернуться и в настоящее время. Их сущность состоит в следующем.

Во-первых, отсутствие развитого животноводства нельзя считать нормальным состоянием для Украины с ее огромным экспортным потенциалом именно готовой животноводческой продукции (по примеру Белоруссии, Эстонии, Финляндии, Голландии).

Во-вторых, отсутствие заботы о сохранении видового разнообразия флоры и фауны на территории всей страны предполагает осуществление мер с высокими затратами государственных структур власти на всех уровнях по развитию зеленой экономики, требующей производства и внесения высоких доз органических удобрений.

При рассмотрении экспорта мяса птицы украинского производства в страны ЕС в 2007–2008 гг. от Украины требовали существенных изменений в сфере технологии производства и выполнения санитарно-гигиенических норм. При проверке еврокомиссией (ЕК) пяти наиболее крупных производителей мяса

Таблица 3. Внешняя торговля Украины продовольственными товарами в январе – июле (по типу товаров), млрд. долл. [5]

Группа товаров	2007 г.		2009 г.		2009 г. к 2007 г.*	
	Экспорт	Импорт	Экспорт	Импорт	Экспорт	Импорт
Продукты животного происхождения	0,37	0,35	0,29	0,72	-0,08	+0,37
Продукты растительного происхождения	1,09	0,51	2,48	0,73	+1,39	+0,22
Жиры и масла	0,0	0,17	1,00	0,17	+1,00	0,0
Готовые пищевые продукты	0,98	1,08	1,08	1,05	+0,10	-0,03
Всего	3,34	2,11	4,85	2,67	+1,51	+0,56

* графы 6, 7 рассчитаны автором

птицы в Украине, к которым относятся Мироновский хлебопродукт» (ТМ «Наша ряба»), птицефабрика «Дружба народов («Нова»), Мироновский мясоперерабатывающий завод «Легко», предприятие «Комплекс Агромарс» ТМ «Гавриловские курчата», птицефабрика «Украина», ТМ «Ясен-свит» и завод по переработке яиц на полуфабрикаты «Овостар», были отмечены многие аспекты, не решавшиеся ранее в Украине. Этой проверке предшествовала большая подготовительная работа украинских соответствующих служб как в сфере безопасности и качества продукции по евро-стандартам, так и по выполнению более жестких, чем в Украине, стандартов в ведущих звеньях производства продовольствия.

Как известно, европейские стандарты, сформировавшиеся на протяжении длительного межстранового сотрудничества ведущих производителей экспортной мясомолочной продукции (Голландии, Франции, Великобритании, Бельгии, Дании и др.), предусматривают контроль на всех этапах за качеством кормов для животных и птицы.

В начале XXI века агропромышленный комплекс (АПК) развитых стран мира перешел на новые промышленные технологии производства сырьевых компонентов продуктов питания. Это явилось следствием глобализации, начавшейся во второй половине XX века в первой сфере АПК (производство средств производства), прежде всего двигателей внутреннего сгорания и электродвигателей.

Экологические инновации в растениеводстве и животноводстве, которые составляют вторую сферу АПК, обусловлены в начале XXI века прежде всего растущей угрозой химического загрязнения водных и растительных ресурсов, что в конечном счете несет угрозу здоровью людей. Реакцией мировой науки на эту новую угрозу явилась разработка системы научного обоснования «Зеленой экономики». В своей основе от традиционной индустриальной она отличается минимизацией использования минеральных удобрений с заменой их органическими, что предполагает ежегодное внесение на 1 га пашни 10–13 т органических удобрений. При этом существенное снижение используемых химических средств борьбы с вредителями и болезнями сельскохозяйственных растений и животных требует более высокой культуры производства с использованием биологических и механических методов вместо химических.

В 1991 г. в Украине с переходом к основам рыночной экономики экономические инновации представляли прежде всего замену хозяйствующих субъектов на частную собственность через механизмы распада земли и основных средств производства (зданий, сооружений, техники и др.). Эти базовые инновации определили целую цепь организационно-экономических нововведений, которые охватывают систему оплаты и стимулирования труда производственного и управленческого персонала; переход к налогообложению; отказ государства от регулирования услуг банков; нормативной рентабельности, необходимой для расширенного воспроизводства и всего комплекса экономических рычагов и инструментов, составляющих основу микро- и макроэкономики.

Выполненное исследование показало, что за последние два века в мировой экономической науке шло постепенное накопление данных о характере причинно-следственных связей в ведущих странах Европы и США смены переходов бурного расцвета и упадка социально-экономического развития. Осмысление причин такого чередования нашло свое отражение в появлении принципиально нового взгляда на природу смены циклов и кризисов, что впоследствии получило закрепление в циклично-волновом подходе. Рассматривая в его рамках ситуацию на продовольственном рынке Украины в настоящее время (2012–2017 гг.), можно сделать вывод, охватывающий такие процессы.

Выводы из проведенного исследования. Отставание материально-технической базы I сферы АПК Украины в сравнении с развитыми странами ЕС и мира, что соответствует первой фазе больших экономических циклов продолжительностью 36 лет, выступает первичным причинным звеном нынешней ситуации на продовольственном рынке Украины. Рыночная модель применительно к продовольствию определяется состоянием предложения и спроса. За годы рыночной трансформации в нашей стране рынок испытывал одновременно разрушительную деформацию в двух направлениях. Предложение отечественных продовольственных товаров на рынке сдерживалось как отсталой материально-технической базой хозяйствующих субъектов, так и резким сокращением поголовья животных, особенно молочного стада. Спрос населения снижался из-за безработицы, низкого уровня заработной платы, что при постоянном росте на жилищно-коммунальные услуги снижает платежную способность населения в сфере продовольственных расходов.

Глобализация вывела на мировые рынки в качестве лидеров транснациональные компании развитых стран ЕС, США, Китая и др., что вынуждает производителей сельскохозяйственного сырья Украины покупать по мировым ценам их продукцию машиностроения, химической и энергетической отраслей без возможности какого-либо выбора конкурирующих агентов.

Совершенствование сложившейся на начало 2017 года системы государственного регулирования производства сельскохозяйственного сырья растительного и животного происхождения предполагает понимание глубинной причинно-следственной связи всех составляющих макроэкономики. В рамках циклично-волнового подхода, сложившегося в мировой экономической науке, выполненное исследование показывает долгосрочный характер положительных изменений на продовольственном рынке Украины.

Научная новизна выполненного исследования заключается в том, что в нем получило дальнейшее развитие сложившееся в экономической науке представление о характере причинно-следственных связей функционирования продовольственного рынка в странах с переходной экономикой с использованием циклично-волнового подхода. В частности, обоснована невозможность в настоящее время добиться положительных изменений в снижении цен на основные продукты питания, что предполагает использование методологии длинных экономических циклов.

1. Королев И. Всемирная Торговая Организация и национальные экономические интересы / И. Королев. – М. : Наука, 2003. – 328 с.
2. Осташко Т. Структурні зміни у торгівлі сільськогосподарськими товарами під впливом імплементації угоди про асоціацію між Україною та ЄС / Т. Осташко // Економіка України. – 2016. – № 12. – С. 48–58.
3. Пантин В. Волны и циклы социального развития: цивилизационная динамика и процессы модернизации / В. Пантин. – М. : Наука, 2004. – 264 с.
4. Яковец Ю. Прогнозирование циклов и кризисов : научный доклад к XII Международной дискуссии, посвященной 10-летию Ассоциации «Прогнозы и циклы» / Ю. Яковец. – М. : МФК, 2000. – 86 с.
5. Яковец Ю. В.И. Вернадский о закономерностях циклической динамики науки и современная научная революция / Ю. Яковец // Социальная экономика. – 2010. – № 1. – С. 7–16.
6. Яцук Г. Громадське суспільство і формування нової парадигми соціально-економічного розвитку в умовах глобалізації / Г. Яцук // Економіка України. – 2016. – № 12. – С. 4–9.

E-mail: Kristinaryabchenko@gmail.com

УДК 330.1:631.152.3

Сухостваець А.І.

кандидат економічних наук, доцент кафедри економіки,
Сумський національний аграрний університет

ВПЛИВ ГЛОБАЛЬНИХ ПРОЦЕСІВ НА СОЦІАЛЬНИЙ КАПІТАЛ АГРАРНОЇ СФЕРИ

У статті розглянуто вплив глобалізаційних процесів на соціальний капітал аграрної сфери. Глобальна конкуренція в працевлаштуванні, яка сьогодні притаманна Україні, що супроводжується переселенням в інші країни Європейського Союзу, може підштовхнути крупні аграрні підприємства переносити виробництво в країни, де зарплати та соціальний захист працівників є більш низькими. Важливими передумовами для формування соціального капіталу є високий рівень міжособистісної довіри в системі горизонтальних і вертикальних відносин в умовах глобалізації, а також рівень доступу громадян до засобів зв'язку і масової інформації, які висвітлюють ці питання. Доведено, що процеси глобалізації повинні перейти до соціального виміру, що в майбутній перспективі дасть змогу підняти на більш високий рівень сільськогосподарське виробництво та буде сприяти покращенню продовольчої безпеки країни.

Ключові слова: глобалізація, глобалізаційні процеси, капітал, соціальний капітал, аграрна сфера, національна економіка.

ВЛИЯНИЕ ГЛОБАЛЬНЫХ ПРОЦЕССОВ
НА СОЦИАЛЬНЫЙ КАПИТАЛ АГРАРНОЙ СФЕРЫ

Сухостваець А.И.

В статье рассмотрено влияние глобализационных процессов на социальный капитал аграрной сферы. Глобальная конкуренция в трудоустройстве, которая сегодня присуща Украине, сопровождающаяся переселением в другие страны Европейского Союза, может подтолкнуть крупные аграрные предприятия переносить производство в страны, где заработная плата и социальная защита работников являются более низкими. Важными предпосылками для формирования социального капитала является высокий уровень межличностного доверия в системе горизонтальных и вертикальных отношений в условиях глобализации, а также уровень доступа граждан к средствам связи и массовой информации, которые освещают данные вопросы. Доказано, что процессы глобализации должны перейти к социальному измерению, что в будущей перспективе позволит поднять на более высокий уровень сельскохозяйственное производство и будет способствовать улучшению продовольственной безопасности страны.

Ключевые слова: глобализация, глобализационные процессы, капитал, социальный капитал, аграрная сфера, национальная экономика.

THE IMPACT OF GLOBAL PROCESSES ON SOCIAL CAPITAL OF AGRICULTURAL SPHERE

Sukhostavets A.

The article considers the influence of globalization processes on the social capital of the agrarian sphere. The global jobs competition, which is inherent in Ukraine today, accompanied by migration to other countries of the European Union, can prompt large agrarian enterprises to transfer production to countries where wages and social protection of workers are lower. An important prerequisite for the formation of social capital is the high level of interpersonal trust in the system of horizontal and vertical relations in the context of globalization, as well as the level of access of citizens to the means of communication and mass media that cover these issues. It has been proved that the processes of globalization should shift to the social dimension, namely the formation of social capital in agrarian enterprises, which in the future will allow raising agricultural production to a higher level and will contribute to the improvement of food security of the country.

Keywords: globalization, globalization processes, capital, social capital, agrarian sphere, national economy.

Постановка проблеми. Сучасний світ потребує вирішення багатьох актуальних питань, одним з яких є формування соціального капіталу. Якщо для підприємств промисловості це питання почалося підніматися та розглядатися раніше, то для аграрних підприємств сьогодні воно є актуальним. Це пов'язано з причинами та процесами, які відбуваються в суспільстві та світовій економіці.

Термін «глобалізація» використовується для характеристики цілої низки економічних, культурних, соціальних та політичних змін, які вплинули на форму-

вання світової спільноти, економічних, політичних та соціальних зв'язків. Це привело до інформаційної революції, транснаціонального переміщення товарів, послуг і капіталу.

За визначенням Парламентської Асамблеї Ради Європи «глобалізація може бути описана як більш тісна економічна інтеграція всіх країн світу в результаті лібералізації та подальшого збільшення об'єму і різноманітності міжнародної торгівлі товарами і послугами, падіння цін на транспорт, зростання інтенсивності міжнародного проникнення капіталу, величезне зростання

глобальної робочої сили і прискореного поширення технологій у світовому масштабі, зокрема зв'язку» [1].

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Аналіз наукових досліджень і публікацій показує, що науковці приділяють увагу формуванню соціального капіталу та системи соціальних функцій сучасних держав та моделей, а також впливу на них глобалізаційних процесів. Ці питання частково знайшли своє відображення в окремих наукових роботах. Серед вчених можна вирізнити таких, як, зокрема, О. Агарков, Ф. Бродель, С. Гавриш, П. Герст, Ж. Дерріда, Ш. Домінік, М. Кастельс, Д. Родрік, В. Сало, Дж. Стігліц, Г. Томпсон, С. Хоффман, Б. Юсків. Але сучасна економіка та глобалізація вимагають постійних змін щодо вивчення процесів впливу останньої на формування соціального капіталу. В роботах науковців нині недостатньо вивчено питання соціального капіталу аграрної сфери разом з глобалізацією.

Постановка завдання. Метою статті є дослідження впливу глобалізаційних процесів на формування соціального капіталу аграрної сфери.

Виклад основного матеріалу дослідження. Глобалізація сьогодні має вплив на всі основні сфери життя, економіку, управління та соціальну організацію, а також має як негативні, так і позитивні аспекти.

Вона створює такий рівень зв'язків, що приводить до виникнення глобальних рухів, наприклад створення соціального капіталу аграрних підприємств. В економічній сфері глобалізації асоціюється з розвитком капіталізму як економічної системи, часто на основі віри в саморегулювання ринків. Глобалізація сприяє розвитку економічної свободи та піднімає рівень життя в усьому світі, навіть якщо у відносному вираженні розрив між багатими і бідними зростає.

На думку Джозефа Стігліца, сучасні економісти часто називають те, що підтримує єдність суспільства, «соціальним капіталом». Брак уваги до мінімальних заходів соціального забезпечення уповільнює процес реструктуризації, і невтішними, на нашу думку, є висновки автора щодо констатації такого факту: «рідко коли різниця між надіями і реальністю була такою великою, як у випадку переходу від комунізму до ринку. Існує загальна згода щодо того, що життєвий рівень більшості людей істотно знизився, що віддзеркалюється багатьма соціальними показниками» [2, с. 157–159].

Глобалізація тісно пов'язана з розвитком суспільної міжнародної торгівлі та глобального розподілу виробництва товарів і послуг за рахунок скорочення бар'єрів у міжнародній торгівлі, таких як, зокрема, експортні мита, тарифи, імпорتنі квоти, скорочення обмежень руху капіталу.

Вступ України до СОТ (Світова Організація Торгівлі), яка контролює і лібералізує міжнародну торгівлю, яка займається регулюванням торгівлі між країнами-членами, забезпечує основу для переговорів та оформлення торгових угод, а також процес вирішення спорів, спрямованих на забезпечення дотримання учасниками угод СОТ, привели до збільшення соціального капіталу аграрних підприємств за рахунок розширення ринків збуту сільськогосподарської продукції, зв'язків між різними суб'єктами господарювання, нарощування позитивного іміджу українських виробників.

Тому одним з результатів Міжнародної конференції з питань фінансування розвитку (18–22 березня 2002 р.

у м. Мехіко) щодо глобалізації було ухвалення «Монтеррейського консенсусу» (Monterrey Consensus). Його тезами є те, що «кожна держава несе головну відповідальність за власний економічний і соціальний розвиток, а роль національної політики і стратегій переоцінити неможливо. Водночас національна економіка є тісно пов'язаною з глобальною економічною системою, і, зокрема, ефективне використання торговельних інвестиційних можливостей може допомогти країнам вести боротьбу з бідністю. Глобалізація створює як можливості, так і проблеми. Держави, що розвиваються, і держави з перехідною економікою стикаються з особливими труднощами у вирішенні цих проблем і використанні цих можливостей. Глобалізація має бути всеохоплюючою і справедливою, і існує нагальна необхідність у розробленні та здійсненні політики і заходів на національному і міжнародному рівні (за умови всебічного та ефективного сприяння цих держав) з метою забезпечення їм сприяння у прийнятті ефективних заходів стосовно вирішення проблем і використання цих можливостей» [3].

Процеси глобалізації мають як позитивний так і негативний вплив на країни та їх економіки. Тому постає питання оцінки цього впливу, що важливо для таких країн, як Україна. Оцінка впливу глобалізації може бути кількісною та якісною. До цього питання найбільш детально підійшли швейцарський Інститут дослідження бізнесу (KOF) [4] Міжнародна організація Carnegie Endowment for International Peace (CEIP) [5]. Вищенаведені системи за допомогою індексів дадуть змогу розраховувати індекс глобалізації в кількісному виразі. Перша система проводить оцінку індексу для 123 країн, інша – для 62.

Індекс рівня глобалізації країн світу (KOF) створений у 2002 році при Швейцарському економічному інституті (KOF Swiss Economic Institute) за участю Федерального Швейцарського технологічного інституту (Swiss Federal Institute of Technology). Індекс позиціонується як комбінований показник, який дає змогу оцінити масштаб інтеграції тієї чи іншої країни в світовий простір і виконати порівняння різних країн за його компонентами.

Всі країни, досліджувані в рамках Індексу, оцінюються по 24 показникам, об'єднаними в три основні групи глобальної інтеграції:

Економічна глобалізація – обсяг міжнародної торгівлі, рівень міжнародної ділової активності, торговельні потоки, міжнародні інвестиції, тарифна політика, обмеження і податки на міжнародну торгівлю тощо (Іге).

Соціальна глобалізація – рівень культурної інтеграції, відсоток іноземного населення, міжнародний туризм, міжнародні особисті контакти, обсяг телефонного трафіку, поштових відправлень, транскордонних грошових переказів, інформаційні потоки, розвиток інформаційно-комунікаційної інфраструктури тощо (Ігс).

Політична глобалізація – членство держав в міжнародних організаціях, участь в міжнародних місіях (включаючи місії ООН), ратифікація міжнародних багатосторонніх договорів, кількість посольств та інших іноземних представництв в країні тощо (Ігп).

Він обчислюється як сума своїх складових: $I_g = 0,34 \cdot I_{ge} + 0,37 \cdot I_{gs} + 0,29 \cdot I_{gp}$ із відповідними ваговими коефіцієнтами. Розрахунки цього коефіцієнта за 2017 рік наведені в табл. 1.

Таблиця 1. Рейтинг країн світу за індексом глобалізації (KOF) (2017 рік)

Рейтинг	Країна	Індекс
1	Нідерланди	92,84
2	Ірландія	92,15
3	Бельгія	91,75
4	Австрія	90,05
5	Швейцарія	88,79
25	Польща	81,32
27	Сполучені Штати Америки	79,73
45	Україна	70,24

Джерело: складено автором на основі [6]

Як можемо бачити з табл. 1, Україна посідає 45 місце в рейтингу з досить високим коефіцієнтом 70,24, тоді як країни, які стоять останніми в списку, мають значення індексу менше 30,00.

Система CEIP додатково включає ще один індекс – технологічний, – що також обчислюється як сума вказаних складових з рівними ваговими коефіцієнтами. Порівняльний аналіз цих індексів дає змогу зробити висновок про те, що технологічний індекс за системою CEIP разом з персональним відповідає складникам соціального індексу KOF.

Аналіз інших індексів дає змогу зробити висновок, що всі вони використовують в основі три основні з деякими варіаціями. Аналіз країн за індексами глобалізації показує, що у процесі глобалізації продовжують нарощувати свій економічний статок багаті країни, а зменшувати – бідні, до складу яких відносяться африканські країни. Та ця відстань між групами країн з кожним наступним роком збільшується.

Незважаючи на негативні наслідки, глобалізація має і позитивні аспекти. Тому громадський рух та ефективний суспільний вплив на рішення міжнародних організацій сприяють встановленню балансу між інтересами бізнесу та соціальними інтересами світової спільноти. Тому ми вважаємо, що повинні бути розроблені шляхи,

які спрямовані на використання переваг глобалізації та мінімізації їх негативного впливу.

У соціальній сфері глобалізація суттєво вплинула на рівні і умови зайнятості та на соціальні права працівників аграрних підприємств. Глобальна конкуренція в працевлаштуванні, яка сьогодні притаманна Україні, що супроводжується переселенням в інші країни Європейського Союзу, може підштовхнути крупні аграрні підприємства переносити виробництво в країни, де зарплати та соціальний захист працівників є більш низькими.

В результаті цього Україна може залишитися без інвестицій в сільськогосподарське виробництво або працівники будуть погоджуватися на менш сприятливі умови, які часто називають соціальним демпінгом, що негативно вплине на формування соціального капіталу аграрних підприємств.

Важливими передумовами для формування соціального капіталу є високий рівень міжособистісної довіри в системі горизонтальних і вертикальних відносин в умовах глобалізації, а також рівень доступу громадян до засобів зв'язку і масової інформації, які висвітлюють ці питання. Від рівня міжособистісної довіри залежить готовність людей вступати у взаємовідносини один з одним, що відповідає принципам глобалізму. А широкий доступ громадян до засобів зв'язку і масової інформації дає змогу розширити географію соціальних контактів і сприяє зміцненню національної єдності, створюючи в людей почуття причетності до актуальних для суспільства подій та проблем [6].

Висновки з проведеного дослідження. На нашу думку, процеси глобалізації повинні перейти до соціального виміру, а саме формування соціального капіталу в аграрних підприємствах, що в майбутній перспективі дасть змогу підняти на більш високий рівень сільськогосподарське виробництво та буде сприяти покращенню продовольчої безпеки країни [7]. Подальші розвідки ми вбачаємо в удосконаленні оцінки глобалізації та її впливі на формування соціального капіталу аграрних підприємств.

1. *The Social dimension of globalisation* [Електронний ресурс] – Режим доступу : https://www.etuc.org/documents/social-dimension-globalisation#.Wbkdd_NJYnQ.

2. Стігліц Дж. Глобалізація та її тягар / Дж. Стігліц ; пер. з англ. А. Іценка. – К. : ВД «КМ Академія», 2003. – 252 с.

3. Монтеррейський консенсус Міжнародної конференції по фінансуванню розвитку [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.un.org/ru/documents/decl_conv/declarations/monterrey.shtml.

4. KOF Konjunkturforschungsstelle der ETH Zurich [Електронний ресурс]. – Режим доступу : www.kof.ch/globalization.

5. Carnegie Endowment for International Peace [Електронний ресурс]. – Режим доступу : www.atkearney.com; www.foreignpolicy.com.

6. Индекс глобализации стран мира по версии KOF. Гуманитарная энциклопедия // Центр гуманитарных технологий, 2006–2017 (последняя редакция: 2 октября 2017 года) [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://gtmarket.ru/ratings/kof-globalization-index/info>.

7. Петроє О. Передумови формування та оцінка перспектив реалізації соціального капіталу як чинника економічного розвитку / О. Петроє // Український соціум. – 2014. – № 1 (48). – С. 90–98.

8. Сухоставець А. Глобальні виміри формування соціального капіталу аграрних підприємств / А. Сухоставець // Підприємство, бухгалтерський облік та фінанси: національні особливості та світові тенденції : збірник матеріалів Всеукраїнської науково-практичної конференції (м. Київ, 15–16 вересня 2017 року). – К. : ГО «Київський економічний науковий центр», 2017. – С. 22–24.

E-mail: olena.slavkova.snau@gmail.com

НАЦІОНАЛЬНА ЕКОНОМІКА

УДК 339.56(477)

Бабій І.В.

кандидат економічних наук,
доцент кафедри економіки, менеджменту та адміністрування,
Хмельницький національний університет

**СТРАТЕГІЧНІ МОДЕЛІ ТА МЕТОДИ УПРАВЛІННЯ
ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ ЗА УМОВ СОТ**

У статті розглянуто особливості формування стратегічного управління вітчизняних підприємств за умов їх функціонування в СОТ, охарактеризовано та виділено значення стратегічного управління у зовнішньоекономічній діяльності підприємства (ЗЕД), а також акцентовано увагу на знаходженні взаємозв'язку між середовищем функціонування підприємства та формуванням довгострокових цілей його ЗЕД. Підкреслено роль інтеграційних процесів, лібералізації зовнішньої торгівлі та їх вплив на сучасний стан ЗЕД вітчизняних підприємств за умов СОТ, а також обґрунтовано стратегічний характер застосування моделей, методів та підходів у здійсненні управління ЗЕД підприємств в рамках співробітництва з торговельними партнерами СОТ. Сформовано логічну структуру застосування моделей та методів стратегічного управління в активізації ЗЕД промислових підприємств в рамках членства України в СОТ та врахування специфіки інтеграційних процесів до ринкових європейських структур.

Ключові слова: стратегічне управління, ЗЕД вітчизняних підприємств, СОТ, співробітництво, моделі стратегічного управління ЗЕД, методи стратегічного управління ЗЕД, підходи стратегічного управління ЗЕД.

**СТРАТЕГИЧЕСКИЕ МОДЕЛИ И МЕТОДЫ УПРАВЛЕНИЯ
ВЭД ПРЕДПРИЯТИЙ В УСЛОВИЯХ ВТО**

Бабій І.В.

В статье рассмотрены особенности формирования стратегического управления отечественных предприятий в условиях их функционирования в ВТО, охарактеризованы и выделены значения стратегического управления во внешнеэкономической деятельности предприятия (ВЭД), а также акцентировано внимание на нахождении взаимосвязи между средой функционирования предприятия и формированием долгосрочных целей его ВЭД. Подчеркнута роль интеграционных процессов, либерализации внешней торговли и их влияния на современное состояние ВЭД отечественных предприятий в условиях ВТО, а также обоснован стратегический характер применения моделей, методов и подходов в осуществлении управления ВЭД предприятий в рамках сотрудничества с торговыми партнерами ВТО. Сформирована логическая структура применения моделей и методов стратегического управления в активизации ВЭД промышленных предприятий в рамках членства Украины в ВТО с учетом специфики интеграционных процессов в рыночные европейские структуры.

Ключевые слова: стратегическое управление, ВЭД отечественных предприятий, ВТО, сотрудничество, модели стратегического управления ВЭД, методы стратегического управления ВЭД, подходы стратегического управления ВЭД.

**STRATEGIC MODELS AND METHODS OF ENTERPRISE'S
FOREIGN ECONOMIC ACTIVITY MANAGEMENT UNDER THE WTO CONDITIONS**

Babij I.

The paper is devoted to the peculiarities of the formation of strategic management of national enterprises under the conditions of their functioning in the WTO. There was characterized and emphasized the significance of strategic management in the foreign economic activity of the enterprise (FEA). Also it was paid attention to the relation between the environment of the enterprise's functioning and the formation of long-term goals of its foreign economic activity. It was underlined the role of integration process, liberalization of foreign trade and its influence on the current state of national enterprises foreign economic activity under the conditions of WTO. It was highlighted the strategic character of the models, methods and approaches application in the management of enterprises FEA and cooperation making with WTO trade partners. It was build the logic structure of strategic management models and methods application in the activation of FEA under the WTO and specific of integration processes to the European structures.

Keywords: strategic management, foreign trade of national enterprises, WTO, cooperation, models of strategic management of FEA, methods of strategic management of FEA, approaches of strategic management of FEA.

Постановка проблеми. Сьогодні з урахуванням можливостей співпраці з зовнішньоторговельними партнерами СОТ для вітчизняних промислових підприємств відкривають нові можливості у напрямі їх подальшого розвитку та формуванні стратегічних орієнтирів інтеграційного характеру. З набуттям чинності Угоди про асоціацію зовнішньої торгівлі між Україною та ЄС висунуто нові вимоги до планування та управління зовнішньоекономічною діяльністю підприємств. Перш за все це стосується довгострокової співпраці вітчизняних виробників із зовнішнім ринком ЄС, яка повинна передбачити не тільки економічне спрямування, але й стратегічно-інтеграційне. Через це в умовах співробітництва із СОТ, лібералізації торгівлі та посилення інтеграційних процесів важливим та актуальним питанням є дослідження специфіки стратегічних моделей та методів управління ЗЕД підприємств.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженню теоретичних та прикладних аспектів моделей, методів та підходів до стратегічного управління підприємства та його зовнішнього середовища присвячено значну кількість наукових праць таких вчених, економістів та дослідників, як М. Портер, А.Дж. Стрикленд, А.А. Томпсон, М.А. Йохна, Л.К. Кожевнікова, С.В. Косенко, Б.М. Мізюк, А.П. Міщенко, М.Д. Пецкович, Н.Я. Пітель, В.В. Стадник.

Постановка завдання. Метою дослідження є виділення особливостей стратегічних моделей та методів стратегічного управління ЗЕД підприємства за умов членства України в СОТ.

Виклад основного матеріалу дослідження. В умовах бурхливого економічного розвитку та співробітництва з країнами-партнерами СОТ у напрямі інтенсифікації зовнішньої торгівлі слід вважати, що будь-яка діяльність окремого суб'єкта господарювання пов'язана з формуванням продуманих та спланованих економічних відносин, які носять в собі як причинно-наслідковий, так і стратегічний характер. Виходячи з цього, необхідно виділити те, що, на думку М.Б. Мізюка, стратегічне управління підприємства та відносини, які виникають у процесі його здійснення, мають бути сформовані на рівні взаємодії «організації» та «середовища», в якому вона функціонує. В таких умовах становлення концепції управління набуває поняття того, що підприємство входить у так звану відкриту систему та не може функціонувати без певної взаємодії зі специфічними елементами зовнішнього середовища [1, с. 167]. Через це, на думку автора, необхідно зазначити, що така позиція наряду пояснює потребу та обґрунтованість діяльності вітчизняних підприємств промисловості щодо співпраці з зовнішнім ринком, адже внутрішні умови національної економіки щодо ведення господарської діяльності її суб'єктів тісно переплітаються з вимогами, які висуваються ринком ЄС до вітчизняних виробників.

Керуючись тим, що інтеграційні процеси передбачають широкий спектр динамічних змін, які необхідно взяти до уваги у діяльності вітчизняних підприємств, вважаємо, що стратегічне управління та їх аналіз мають стати вирішальними та дієвими у розумінні та обґрунтуванні тих чи інших об'єктів дослідження, тенденцій, факторів і напрямів розвитку за умов СОТ. Результати стратегічного управління мають сприяти формуванню належної системи розвитку ЗЕД підприємства та

повною мірою залежать від окремих моделей, методів та підходів, які мають бути при цьому застосовані.

Згідно з основоположними постулатами менеджменту є декілька важливих теорій, які можна застосувати у процесі здійснення стратегічного управління та врахування чинників зовнішнього середовища. Проте, на думку автора, сьогодні тільки окремі з них можуть врахувати особливості здійснення стратегічного управління ЗЕД вітчизняних підприємств, такі як:

- модель «галузевої структури» (модель М. Портера) [2];
- модель «сфери дії організації» [3];
- модель «ієрархічної» структури зовнішнього середовища (модель У. Ділла та Дж. Томпсона) [4].

Якщо звернути увагу на специфіку кожної із зазначених моделей у сучасному трактуванні підходів до стратегічного управління ЗЕД підприємства за умов функціонування в СОТ, слід виділити таке.

1) Модель «галузевої структури»:

- стратегічне управління ЗЕД орієнтоване на розвиток галузі, в якій діє підприємство, а особливо її стан та тенденції як на внутрішньому, так і на зовнішньому ринках;
- врахування конкурентних сил, які можуть бути використані під час здійснення стратегічного управління ЗЕД підприємств.

2) Модель «сфери дії організації»:

- через те, що сфера зовнішнього ринку, де функціонує та на який орієнтується вітчизняне підприємство може зазнавати впливу постійних динамічних змін інших зовнішніх середовищ, здійснення стратегічного управління організації повинно бути відкритим та гнучким;
- наявність взаємозалежних і різноспрямованих вимог зовнішнього ринку СОТ для формування продуманої стратегії управління ЗЕД вітчизняних підприємств означає потребу у створенні такої виробничої програми, яка б змогла передбачити альтернативне залучення ресурсів, знаходження шляхів досягнення цілей та активізації якісної праці.

3) Модель «ієрархічної» структури зовнішнього середовища:

- з урахуванням існування дворівневої «ієрархічної» структури зовнішнього середовища («середовища завдань» та «загального середовища») слід зазначити, що стратегічне управління ЗЕД підприємства за умов функціонування в СОТ повинно керуватись постановкою більш спеціалізованих вузьких завдань, які сформовані на базі загальних;
- формування внутрішніх завдань стратегічного управління підприємства має виходити з умов, які ставить перед ним зовнішній ринок, а саме конкуренти, споживачі, характер попиту, науково-технологічні фактори розвитку цільового ринку, сировинна спрямованість, адміністративні важелі регулювання проникнення товарів іноземного походження, соціальне забезпечення населення.

На думку автора, в основу будь-якої стратегічної моделі управління, а особливо підприємства, яке орієнтується на зовнішній ринок, може бути покладено низку методів та підходів, що застосовуються відповідно до окремих стадій комплексного виробничого процесу.

Загалом в теорії менеджменту та дослідженні економічних явищ здійснення господарської діяльності

суб'єктів господарювання науковці та дослідники виділяють три групи основних підходів до управління: економічні, адміністративні та соціальні [5, с. 86].

Кожен із зазначених методів характеризується специфічними підходами до управління, в основі яких має лежати унікальність виробничого процесу того чи іншого підприємства, що є орієнтованим на довгострокову співпрацю із зовнішньоторговельними партнерами СОТ. Якщо підприємство ставить перед собою досить суттєві стратегічні цілі у напрямі активізації його ЗЕД, слід прийняти до уваги і те, що як адміністративні, так і економічні підходи до управління мають бути стратегічно обумовленими. Водночас сучасні виробники повинні формувати свої адміністративні та економічні концепції управління з боку важливості з урахуванням аспекту стратегічного розвитку підприємства. Додатково елемент стратегічного розвитку також стосується і соціального розвитку підприємства, коли йдеться про підвищення кваліфікації та добробуту його працюючих.

Виходячи з цього, слід виділити те, що методи стратегічного управління ЗЕД підприємства за сучасних умов функціонування в СОТ повинні обумовлюватись довгостроковою спрямованістю його діяльності на тісну співпрацю з країнами-партнерами ЄС в рамках інтеграційних процесів.

Через це під адміністративними методами управління ЗЕД вітчизняних підприємств слід розуміти систему способів та прийомів організаційно-розпорядчої діяльності, які можуть бути поставлені з боку державної влади та використовуються для досягнення довгострокових стратегічних цілей розвитку ЗЕД підприємства. Такі методи можуть як обмежувати, так і забезпечувати сприяння ЗЕД підприємства за умов його співробітництва з країнами-партнерами СОТ. Найбільш поширеними адміністративними методами є такі: ліцензування і квотування продукції; заборона окремих видів експорту та імпорту; застосування спеціальних імпорتنих процедур та правових режимів; заходи проти недобросовісної конкуренції [5, с. 87].

Наступними не менш важливими методами стратегічного управління ЗЕД підприємств є група економічних методів, які, на відміну від адміністративних, спрямовані на зростання прибутковості від здійснення експортно-імпорتنих операцій. Результати застосування зазначених методів мають стосуватися знаходження альтернативних та більш вигідних варіантів залучення витрат у виробництво продукції на експорт, імпортування комплектуючих, сировини та матеріалів. На думку автора, стратегічний аспект управління ЗЕД підприємства слід розуміти так, що в процесі виробництва його продукції кожен його цикл має бути побудований на системі досягнення менших витрат виробництва.

До економічних методів стратегічного управління ЗЕД підприємств за умов розвитку зовнішньоторговельних відносин з країнами-партнерами слід віднести такі: митні збори; ціни на експортовану та імпортовану продукцію, матеріали і сировину; експортне кредитування та його ставки; експортне преміювання та субсидювання [6].

Якщо звернути увагу на значення соціальних методів у стратегічному управлінні ЗЕД, слід зазначити те, що перш за все вони мають бути спрямовані

на забезпечення соціального розвитку персоналу підприємства та охоплювати низку соціальних мотивів до виконання завдань, які ставляться адміністрацією. В цьому випадку керівники підприємства повинні бути самі зацікавлені у підвищенні якості його людського капіталу згідно з тими вимогами, які ставляться перед кваліфікаційними потребами до виробництва продукції на експорт.

Поряд з вищенаведеними методами стратегічного управління в активізації ЗЕД вітчизняних підприємств необхідно звернути увагу на низку сучасних підходів, які мають бути реалізовані в межах охарактеризованих методів.

На думку В.В. Стадник та М.А. Йохни, важливим підходом до стратегічного управління ЗЕД підприємств за сучасних умов ринкової економіки є стратегічний аналіз зовнішнього та внутрішнього середовища, який базується на аналізі стратегічних альтернатив, визначенні функціональної стратегії управління та використанні елементів стратегічного контролінгу [7, с. 74–75].

С.В. Косенко вважає, що важливими підходами до управління досягненням довгострокових стратегічних цілей у ЗЕД підприємства мають стати спрямованість на розвиток внутрішнього середовища підприємства на основі зовнішнього; комплексність стратегії ЗЕД підприємства; врахування обмеженості розмаїття факторів, які можуть вплинути на досягнення довгострокових цілей ЗЕД; виділення пріоритетності ЗЕД серед інших видів діяльності підприємства; знаходження зв'язку між ієрархічними елементами ЗЕД підприємства [8, с. 123–124].

Серед найбільш дієвих та прийнятних підходів, які мають стати в основі функціонування методів стратегічного управління ЗЕД підприємств згідно з сучасними умовами лібералізації зовнішньої торгівлі, на думку Н.Я. Пітель, є ті, які безпосередньо стосуються формування стратегії розвитку ЗЕД підприємства, а саме визначення ключових етапів розвитку ЗЕД; визначення ключових функціональних стратегій підприємства та їх відповідності етапам розвитку ЗЕД; виділення центрів відповідальності за реалізацією стратегії та програми розвитку ЗЕД підприємства. Важливими інструментами зазначених підходів мають стати маркетинг, фінанси та інвестиції, людські ресурси, інновації [9, с. 127].

Виходячи з вищенаведених досліджень, на рис. 1 згрупували логічну структуру застосування моделей та методів стратегічного управління ЗЕД підприємства за умов СОТ.

Згідно з рис. 1 слід зазначити, що з метою підвищення ефективності стратегічного управління ЗЕД вітчизняних підприємств за умов їх функціонування в СОТ необхідно керуватись окремими моделями, методами та підходами управління. Зазначені елементи у своїй логічній послідовності дадуть змогу сформувати належну та продуману стратегію розвитку ЗЕД підприємства, яка буде орієнтована не тільки на посилення співробітництва з торговельними партнерами СОТ, але й на подальшу інтеграцію підприємства у європейські структури. Водночас сьогодні саме лібералізація зовнішньої торгівлі та набуття чинності Угоди про асоціацію зовнішньої торгівлі між Україною та ЄС є головними пріоритетними напрямками розвитку ЗЕД



Рис. 1. Логічна структура застосування моделей та методів стратегічного управління ЗЕД підприємства за умов СОТ

Джерело: складено автором на основі [2; 3; 4; 5, с. 86; 6; 7, с. 74–75; 8, с. 123–124; 9, с. 127]

вітчизняних підприємств, на основі правил та вимог яких здійснюється їх сучасне партнерство з СОТ.

Висновки з проведеного дослідження. Таким чином, у процесі реалізації цілей та завдань щодо активізації ЗЕД вітчизняних підприємств за умов членства України в СОТ керівники та менеджери повинні приділяти значну увагу сучасним моделям, методам

та підходам стратегічного управління, оскільки саме ретельне планування, стратегічний аналіз та їх логічне застосування дадуть змогу досягти додатних фінансових результатів, вийти на нові закордонні ринки збуту, поглибити інтеграційні процеси до ЄС, а також сприяти формуванню надійного іміджу зовнішньоторговельного партнера.

1. Мізюк Б.М. Основи стратегічного управління: [підручник] / Б.М. Мізюк. – Львів: Магнолія 2006, 2009. – 544 с.
2. Портер М. Конкурентное преимущество: Как достичь высокого результата и обеспечить его устойчивость / М. Портер; пер. с англ. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2005. – 715 с.
3. Міщенко А.П. Стратегічне управління. Зовнішнє середовище фірми. Аналіз моделей / А.П. Міщенко [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://westudents.com.ua/glavy/40973-21-zovnishn-seredovische-frmi-analz-modeley.html>.
4. Томпсон А.А. Стратегический менеджмент: концепции и ситуации для анализа / А.А. Томпсон, А.Дж. Стрикленд. – К.: Вильямс, 2003. – 924 с.
5. Кожевнікова Л.К. Особливості функцій та методів управління зовнішньоекономічною діяльністю / Л.К. Кожевнікова // Економіка та держава. – 2014. – № 8. – С. 85–88.
6. Пецович М.Д. Економічні методи державного регулювання зовнішньоекономічної діяльності / М.Д. Пецович, Н.Р. Круп'як [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://ena.lp.edu.ua:8080/bitstream/ntb/27529/1/051-078-079.pdf>.
7. Стадник В.В. Стратегічне управління інноваційним розвитком підприємства: [навч. посібник] / В.В. Стадник, М.А. Йохна. – Хмельницький: ХНУ, 2011. – 327 с.
8. Косенко С.В. Теоретичні положення стратегії зовнішньоекономічної діяльності підприємств: визначення та класифікація / С.В. Косенко // Економіка та управління підприємствами машинобудівної галузі: проблеми теорії та практики. – 2011. – № 83 (15). – С. 117–128.
9. Пітель Н.Я. Особливості стратегічного управління зовнішньоекономічною діяльністю підприємства в умовах глобалізації / Н.Я. Пітель // Збірник наукових праць Уманського національного університету садівництва. – 2015. – Вип. 87. – Ч. 2. – С. 120–129.

УДК 330.837:338.24

Желізко О.О.

аспірант кафедри підприємництва,
Київський національний університет імені Тараса Шевченка**ДЕРЖАВНЕ РЕГУЛЮВАННЯ ІНСТИТУЦІОНАЛЬНИХ ЗМІН
ЯК ОДНА З ГОЛОВНИХ ДЕТЕРМІНАНТ СИСТЕМИ
ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМНИЦТВА**

У статті досліджуються проблеми, пов'язані з роллю та значенням державного регулювання інституціональних змін, в контексті забезпечення економічної безпеки підприємництва, а також доведено, що держава, будучи суб'єктом, який має суттєвий вплив на підприємців, спроможна впливати і на систему їх економічної безпеки. З'ясовано, що відсутність кардинальних реформ у сфері підприємництва призвела до несприятливих інституціональних змін, а наслідки цього можна виявити, проаналізувавши основні показники розвитку підприємництва протягом усіх років незалежності. Так, за останні два роки відбулось зменшення кількості малих підприємств та мікропідприємств, що обумовлено відсутністю послідовної та обґрунтованої політики в сфері розвитку малого підприємництва. Обґрунтовано, що інституціональні зміни в державі здатні суттєво впливати на механізм забезпечення економічної безпеки підприємництва, метою якого є попередження, мінімізація, а також усунення загроз та негативних впливів насамперед зовнішнього характеру. Доведено, що протягом тривалого періоду часу на стан економічної безпеки підприємництва значний вплив чинять прямі методи державного регулювання, до яких, зокрема, відносяться штрафи, різного роду обмеження, дозволи, квоти та ліцензії.

Ключові слова: система економічної безпеки, інституціональні зміни, державне регулювання, Індекс легкості ведення бізнесу, підприємництво.

**ГОСУДАРСТВЕННОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ ИНСТИТУЦИОНАЛЬНЫХ ИЗМЕНЕНИЙ
КАК ОДНА ИЗ ГЛАВНЫХ ДЕТЕРМИНАНТ СИСТЕМЫ
ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА**

Желізко А.А.

В статье исследуются проблемы, связанные с ролью и значением государственного регулирования институциональных изменений в контексте обеспечения экономической безопасности предпринимательства, а также доказано, что государство, будучи субъектом, который имеет существенное влияние на предпринимателей, способно влиять и на систему их экономической безопасности. Выяснено, что отсутствие кардинальных реформ в сфере предпринимательства привело к неблагоприятным институциональным изменениям, а последствия этого можно определить, проанализировав основные показатели развития предпринимательства в течение всех лет независимости. Так, за последние два года произошло уменьшение количества малых предприятий и микропредприятий, что обусловлено отсутствием последовательной и обоснованной политики в сфере развития малого предпринимательства. Обосновано, что институциональные изменения в государстве способны существенно влиять на механизм обеспечения экономической безопасности предпринимательства, целью которого является предупреждение, минимизация, а также устранение угроз и негативных воздействий, прежде всего внешнего характера. Доказано, что в течение длительного периода времени на состояние экономической безопасности предпринимательства значительное влияние оказывают прямые методы государственного регулирования, к которым, в частности, относятся штрафы, различного рода ограничения, разрешения, квоты и лицензии.

Ключевые слова: система экономической безопасности, институциональные изменения, государственное регулирование, Индекс легкости ведения бизнеса, предпринимательство.

**GOVERNMENT REGULATION OF INSTITUTIONAL CHANGES
AS ONE OF THE MAIN DETERMINANTS
OF THE ECONOMIC SECURITY SYSTEM OF ENTREPRENEURSHIP**

Zhelizko O.

The article deals with problems related to the role and significance of state regulation of institutional changes in the context of providing economic security of entrepreneurship. It is proved that the state, being an entity that has a significant impact on entrepreneurs, is also able to influence the system of their economic security. The consequences of this can be detected by analyzing the main indicators of entrepreneurship development during all years of independence. In particular, over the past two years, there has been a decrease in the number of small and micro enterprises, due to the lack of consistent and well-founded policy in the field of small business development. It is substantiated that institutional changes in the state

can significantly influence the mechanism of ensuring the economic security of entrepreneurship aimed at preventing, minimizing, and eliminating threats and negative influences primarily of an external nature. It is proved that for a long period of time, the direct methods of state regulation have a significant influence on the state of economic security of entrepreneurship, which includes: fines, various kinds of restrictions, permits, quotas and licenses.

Keywords: system of economic security, institutional changes, state regulation, index of ease of doing business, entrepreneurship.

Постановка проблеми. Механізм забезпечення економічної безпеки має власні характерні риси для кожного сектору економіки, зокрема підприємницького. Механізм забезпечення економічної безпеки підприємництва передбачає реалізацію комплексу заходів, метою яких є попередження, мінімізація впливу або ліквідація наслідків негативних дій внутрішнього та зовнішнього характеру, задля забезпечення подальшої стабілізації та розвитку підприємств. Держава в особі органів управління виступає економічним суб'єктом, який наділений найбільш широкими повноваженнями, а тому має ключовий вплив на систему економічної безпеки підприємництва. Будучи фактично головною детермінантою, органи державної влади спроможні створювати як позитивні, так і негативні умови для розвитку підприємництва, формуючи нормативно-правове поле та забезпечуючи його реалізацію на практиці. Характерним для України є те, що наявність перешкод з боку державних та регіональних органів влади щодо розвитку підприємництва є системною. Це обумовлено слабким механізмом заохочення подальшого розвитку та зростання підприємницьких структур, а також їх підтримки, що відображається в недосконалому державній регуляторній політиці загалом та недостатньому рівні забезпечення інституційних змін зокрема. Все це негативно впливає на стан економічної безпеки підприємництва в Україні. Рівень державного регулювання не відповідає не лише європейським стандартам щодо нормативно-правового забезпечення підприємницького сектору, але й внутрішнім інтересам держави щодо подальшого його розвитку. Така ситуація призводить до відставання розвитку вітчизняного підприємництва від рівня розвинених країн за ключовими показниками, такими як, зокрема, кількість діючих та нових підприємств, їх беззбиткове функціонування протягом значного періоду часу, ефективність використання ресурсів та соціальні показники бізнесу. А тому дослідження цієї проблематики є надзвичайно актуальним для України і потребує подальшого дослідження.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Розгляд проблематики виявлення впливу державного регулювання інституціональних змін на систему економічної безпеки підприємництва в окремих аспектах є предметом дослідження багатьох сучасних науковців. Серед учених країн ближнього зарубіжжя питання впливу держави на підприємництво досліджували, зокрема, В.А. Богомолов, А.Л. Безпалько, В.Ф. Гапоненко, О.А. Грунін, Є.А. Олейнікова, Т.В. Ромашкін, В.І. Попюк, В.І. Ярочкін.

Значну увагу проблематиці дослідження місця економічної системи безпеки в державній системі економічної безпеки приділяли і вітчизняні вчені, серед яких слід назвати таких, як О.М. Бандурка, А.І. Барановський, З.С. Варналій, Т.Г. Васильців, В.М. Геєць, В.Є. Духов, М.І. Зубок, Т.М. Іванюта, М.І. Камлик, І.С. Керницький, Г.В. Козаченко, Т.Б. Кузенко, О.Ф. Новикова, Л.О. Омелянович, К.Я. Петрова,

Р.М. Скриньковський, С.В. Філіппова, М.В. Фоміна, Л.Г. Шемаєва.

Попри наявність значної кількості досліджень щодо цієї проблематики, слід відзначити фрагментарність освітлення питань впливу держави на систему економічної безпеки підприємництва. Недостатньо уваги у працях науковців приділено питанням ролі інституціональних змін та їх значення для забезпечення економічної безпеки підприємництва, що є особливо важливим в умовах посилення євроінтеграційних прагнень України. Також подальшого розгляду потребують окремі аспекти та напрями державного регулювання розвитку підприємництва за умов періодичного виникнення кризових явищ в економіці.

Постановка завдання. Метою статті є дослідження впливу державного регулювання інституціональних змін на стан системи економічної безпеки підприємництва в контексті виникнення новітніх умов його функціонування задля забезпечення подальшого функціонування та розвитку.

Виклад основного матеріалу дослідження. Проблема питань державного регулювання інституціональних змін, пов'язаних з покращенням стану системи економічної безпеки підприємництва, має безпосередній зв'язок з необхідністю подолання наслідків перехідного до ринкової економіки періоду, який характеризувався розподільчим типом економіки, недостатньо прозорими процесами щодо трансформації прав власності, зрощуванням владних та бізнес-інтересів, наявністю монополій в окремих сферах економіки, а також значним рівнем тінізації. Окремі з названих проблем все ще залишаються актуальними досі, а тому потребують значного переосмислення підходів до регулювання з боку держави. Оцінка державного регулювання інституціональних змін в контексті досягнення покращення стану економічної безпеки підприємництва передусім пов'язана з аналізом основних показників, відповідно до яких можна визначити основні тенденції змін, які відбуваються у підприємницькому секторі. Для аналізу стану розвитку підприємництва прийнято розглядати такі найбільш репрезентативні показники, як динаміка зміни кількості господарюючих суб'єктів, зокрема за розмірами підприємств; динаміка кількості малих та середніх підприємств як ознака розвитку приватного бізнесу; обсяги виготовленої та реалізованої продукції; фінансові показники розвитку підприємницьких структур [1, с. 159].

Дані щодо динаміки зміни кількості суб'єктів господарювання за розмірами наведено у табл. 1.

Загалом протягом 2010–2013 рр. спостерігались позитивні тенденції не лише щодо збільшення загальної кількості суб'єктів господарювання, але й стосовно кількості малих підприємств. Водночас з 2014 р. наявним було скорочення кількості малих підприємств. Так, порівняно з 2013 р. кількість малих підприємств станом на 2016 р. скоротилась на 28,4%, при цьому кількість мікропідприємств також скоротилась на

Таблиця 1. Динаміка кількості підприємств за їх розмірами у період 2010–2016 рр.

Показники	2010 р.	2011 р.	2012 р.	2013 р.	2014 р.	2015 р.	2016 р.
Усього підприємств, з них:	378 810	375 695	364 935	393 327	341 001	343 440	306 369
– великі підприємства	586	659	698	659	497	423	382
частка у %	0,2	0,2	0,2	0,2	0,1	0,1	0,1
– середні підприємства	20 983	20 753	20 189	18 859	15 906	15 203	14 869
частка у %	5,5	5,5	5,5	4,8	4,7	4,4	4,9
– малі підприємства	357 241	354 283	344 048	373 809	324 598	327 814	291 118
частка у %	94,3	94,3	94,3	95	95,2	95,5	95

Джерело: складено за даними [2]

Таблиця 2. Рейтингова позиція України відповідно до Індексу легкості ведення бізнесу та його складових протягом 2010–2017 рр.

Показники	2010 р.	2011 р.	2012 р.	2013 р.	2014 р.	2015 р.	2016 р.	2017 р.
Індекс легкості ведення бізнесу	142	145	152	137	112	96	81	80
Реєстрація підприємства	134	118	112	50	47	76	24	20
Отримання дозволу на будівництво	181	179	180	183	41	70	137	140
Підключення до систем енергопостачання	н/д	н/д	169	166	172	185	140	130
Реєстрація власності	141	164	166	149	97	59	62	63
Одержання кредитів	30	32	24	23	13	17	19	20
Захист міноритарних інвесторів	109	109	111	117	128	109	101	70
Оподаткування	181	181	181	165	164	108	83	84
Міжнародна торгівля	139	139	140	145	148	154	110	115
Забезпечення виконання контрактів	43	43	44	42	45	43	93	81
Дозвіл визнання неплатоспроможності (процедура банкрутства)	145	150	156	157	162	142	148	150

Джерело: складено за даними [4]

28,62% (з 318 477 у 2013 р. до 247 614 у 2016 р.) [2]. Такі негативні тенденції насамперед були пов'язані з розгортанням глибинної суспільно-політичної кризи в Україні, а також втратою частини території. Водночас протягом 2014–2015 рр. кількість підприємств (зокрема, малих) після стрімкого скорочення порівняно з 2013 р. залишалась відносно стабільною, а у 2016 р. знову почала зменшуватись. У 2016 р. порівняно з 2015 р. відбулось значне скорочення кількості малих підприємств (на 12,6%) та мікропідприємств (на 14,8%). Таке скорочення можна пов'язати зі змінами, внесеними до Закону «Про збір та облік єдиного внеску на загальнообов'язкове державне соціальне страхування (ЄСВ)», які було прийнято у 2016 р. [3]. Відповідно до прийнятих змін фізичних осіб – підприємців зобов'язали сплачувати єдиний соціальний внесок навіть у разі відсутності діяльності з їхнього боку. Доповнюють наведені негативні тенденції також й інші чинники, які мають безпосередній вплив на систему економічної безпеки підприємництва, а саме наявність значної частки тіньового та такого, що не підлягає обліку сектору економіки; високий рівень корупції; практично повна відсутність державної допомоги в аспекті підтримки інноваційної активності. Водночас, незважаючи на недостатньо високий рівень державного регулювання інституціональних змін, протягом останніх років спостерігаються певні позитивні зрушення. Так, відповідно до Індексу легкості ведення бізнесу (Ease of Doing Business Index) Україна за останні 3 роки суттєво покращила власні позиції [4]. Індекс легкості ведення бізнесу використовується з метою порівняння умов (простоти) ведення бізнесу на світо-

вому рівні. Цей рейтинг складається щорічно Всесвітнім банком на основі даних щодо 190 країн світу. Рух у рейтингу досить чітко вказує на інституціональні зміни, які відбуваються протягом року у певній країні. Вища позиція у рейтингу вказує на ефективність державного регулювання інституціональних змін, що приводить до спрощення та підвищення якості регулювання державного підприємництва в певній країні. Для уточнення окремих напрямів легкості ведення бізнесу необхідним також є аналіз складових Індексу, до яких належать реєстрація підприємства, отримання дозволу на будівництво, підключення до систем енергопостачання, реєстрація власності, одержання кредитів, захист міноритарних інвесторів, оподаткування, міжнародна торгівля, забезпечення виконання контрактів, дозвіл визнання неплатоспроможності. Дані Індексу легкості ведення бізнесу щодо України з 2010 р. наведено у табл. 2.

Відповідно до даних, наведених у табл. 2, щодо позицій у рейтингу легкості ведення бізнесу можна зробити висновок, що протягом тривалого періоду до 2014 р. істотних змін не спостерігалось. Водночас у період з 2014 р. до 2017 р. почали відбуватись стрімкі зміни. Так, за 4 роки позиція України в рейтингу легкості ведення бізнесу значно покращилась, а саме на 32 пункти, а порівняно з 2010 р. – на 62. Розглядаючи складові Індексу, можна відзначити, що найбільш кардинальні зміни відбулись у таких з них: реєстрація підприємств (порівняно з 2010 р. покращення на 114 пунктів); реєстрація власності (порівняно з 2010 р. покращення на 78 пунктів); оподаткування (порівняно з 2010 р. покращення на 97 пунктів) [4]. Незважаючи

на позитивні тенденції за деякими напрямками, загальном рейтингом за останні роки погіршився. Це стосується складової забезпечення виконання контрактів, відповідно до якої рейтинг з 2010 р. погіршився на 38 пунктів. Важливим є те, що рейтинг відповідно до цієї складової значно погіршився у 2016–2017 рр., що можна пов'язати із загальною соціально-економічною і політичною ситуацією в Україні, а також військовими діями на сході.

Іншими позитивними тенденціями, які характеризують останні роки, з точки зору покращень у сфері підприємництва є, зокрема, такі:

- попри кризу, обсяги реалізованої продукції, товарів та послуг збільшувались; так, якщо у 2010 р. загальні обсяги реалізованої продукції склали 3 366 228,2 млн. грн., то у 2016 р. – 6 214 729,4 млн. грн., тобто збільшилися у 1,85 рази; причому обсяги реалізації продукції, виробленої малими підприємствами, збільшилися ще більше, а саме у 2,15 рази, а мікропідприємствами – у 2,34 рази [5];

- спостерігалось поступове зростання частки малих підприємств та мікропідприємств у загальному обсязі реалізованої продукції, товарів та послуг; так, порівняно з 2010 р., коли частка малих підприємств у загальній структурі становила 16,9%, а мікропідприємств – 5,4%, станом на 2016 р. ситуація суттєво змінилась і частки склали 19,7% та 6,9% відповідно [5];

- відсоткова частка підприємств, які одержали прибуток в результаті своєї господарської діяльності, поступово зросла; так, порівняно з 2010 р., коли частка підприємств, які одержали чистий прибуток склала всього 57,3%, у 2015–2016 р. вона сягала 73% [6].

Державне регулювання інституціональних змін, які можуть у подальшому впливати на систему економічної безпеки напряму, пов'язано з відповідними методами, які традиційно поділяються на прямі та непрямі. З огляду на вітчизняну структуру економіки суттєвий вплив на систему економічної безпеки підприємництва мають методи прямого впливу, до яких, зокрема, відносяться штрафи, різного роду обмеження, дозволи, квоти та ліцензії. Водночас до прямих також належать інші методи, серед яких ключову роль можна відвести цільовому державному фінансуванню певних секторів економіки або окремих суб'єктів господарювання, державним закупівлям, індикативному регулюванню цін [7]. Адміністративні методи державного регулювання можуть мати прямі негативні наслідки для системи економічної безпеки підприємництва, що відображається в прямому втручанні у підприємницьку діяльність, ускладнює процедури одержання різного роду дозвільних документів, призводить до виникнення та поширення корупційності на державному та місцевих рівнях.

Серед адміністративних методів державного регулювання велике значення має система державних закупівель. Якщо процедура державних закупівель є складною та непрозорою, це приводить до витіснення та суб'єктивізму у відношенні дрібного і середнього бізнесу. Враховуючи надзвичайно велике значення державних закупівель (в середньому частка державних закупівель становить від 8% до 21% для окремих країн світу, в Україні вона дорівнює приблизно 15%) та потужність цього прямого інструмента державного регулювання як на підприємства, так і на споживання,

можна зробити висновок щодо його впливу на систему економічної безпеки підприємництва загалом [8].

З 2016 р. відбулись суттєві інституціональні зміни в реформуванні системи державних закупівель, що супроводжувались зміною нормативно-правового забезпечення та введенням в дію електронної системи закупівель ProZorro [9]. Ця система з 2017 р. охоплює вже 8 типів закупівель. До позитивних наслідків від впровадження електронної системи закупівель можна віднести такі:

- підвищення економії коштів не лише для державних контролюючих органів, але й для замовників та виконавців робіт або підприємств-постачальників;
- оптимізація процесу закупівель та його спрощення;

- зростання прозорості шляхом зниження бюрократизації;

- розширення доступу суб'єктів господарювання різних рівнів (насамперед, малих та середніх) до державних закупівель;

- запровадження елементів інноваційного підходу у систему державних закупівель [8].

Розглядаючи вплив електронної системи закупівель на систему економічної безпеки підприємництва, слід відзначити, що за досить короткий період наявними є позитивні зрушення в системі, яка десятиріччями мала значні недоліки у функціонуванні і не виконувала повною мірою стимулюючу функцію для суб'єктів господарювання (насамперед, малих та середніх).

Аналізуючи дані 2015 та 2016 рр., слід відзначити, що рівень публічних закупівель після запровадження електронної системи збільшився з 8,8 млрд. дол. США до 10,4 млрд. дол. США, тобто на 18,2%. При цьому значно зросла і кількість замовників, а саме на 53% у 2016 р. порівняно з 2015 р. Таке зростання було насамперед пов'язано з допороговими закупівлями. Щодо надпорогової групи, то кількість замовників у ній збільшилась на 11%.

Впровадження системи електронних закупівель також змінило й інституціональну структуру закупівель. Так, порівняно з 2015 р. у 2016 р. збільшилась кількість учасників – малих підприємств (фізичних осіб – суб'єктів підприємницької діяльності), тоді як кількість юридичних осіб, навпаки, скоротилась з 76% до 58%. Водночас кількість юридичних осіб – переможців зросла у 3 рази (з 11,3 тис. у 2015 р. до 33,7 тис. у 2016 р.).

Щодо опосередкованих методів державного регулювання, то ці методи створюють певне середовище, в якому функціонують суб'єкти господарювання, і, таким чином, впливають на мотивацію до їх розвитку (чи навпаки). До числа опосередкованих методів також належать методи, що реалізуються, зокрема, через систему оподаткування включно з амортизаційною політикою та іншими методами сприяння розвитку конкурентного середовища.

Оподаткування має суттєвий вплив на систему економічної безпеки підприємництва. Негативний вплив оподаткування на економічну безпеку підприємництва може відображатися через надмірність податкового тягаря та тиску; можливість використання окремими підприємствами механізмів мінімізації або навіть уникнення від сплати податків; дискримінаційні умови щодо оподаткування окремих груп

підприємств чи умов, за яких здійснюється відшкодування податків, тощо.

Слід відзначити, що в контексті державної податкової політики протягом всіх років незалежності наявні нестабільність та перманентна зміна в системі оподаткування підприємств. Все це негативно впливає на систему економічної безпеки підприємництва, адже посилює ризики та невизначеність планування майбутнього підприємства.

Протягом останніх років відбулись певні інституціональні зміни в системі оподаткування, найбільш принциповими і такими, що безпосередньо стосувались підприємництва, були такі:

- зменшення кількості податків з 22 до 11;
- трансформація 13 подібних податків у 5;
- реформування податку на прибуток підприємств, введення єдиного обліку за стандартами бухгалтерського;
- усунення дублювання податкового обліку;
- встановлення об'єктом оподаткування фінансового результату відповідно до фінансової звітності, скоригованого на декілька податкових різниць;
- скорочення кількості податкових різниць з 49 до 3 (амортизації, резервів, фінансових операцій);
- відміна необхідності ведення обліку та застосування різниць підприємствами з доходом, меншим за 20 млн. грн. у рік, що на момент запровадження складало 95% платників податків;
- здійснення реформування системи єдиного оподаткування [10].

Водночас ефективність та позитивний характер здійснення наведених інституціональних змін у податковій сфері досить важко оцінювати, адже на даному етапі запровадження окремих змін, зокрема щодо порядку стягнення єдиного соціального внеску, мало

значний негативний ефект, що, зокрема, призвело до закриття значної кількості малих підприємств та мікропідприємств (фізичних осіб – суб'єктів підприємницької діяльності).

Висновки з проведеного дослідження. Проведене дослідження змісту державного регулювання інституціональних змін як однієї з основних детермінант впливу на систему економічної безпеки підприємництва дало змогу зробити такі висновки:

- оцінка державного регулювання інституціональних змін на пряму пов'язана з основними показниками розвитку підприємств різних видів, насамперед малих та середніх, які в розвинених країнах складають базис економічної потужності;
- в Україні протягом останніх років спостерігається негативна тенденція щодо зменшення кількості малих підприємств та мікропідприємств, що пов'язано не лише з глибинною суспільно-політичною кризою, але й з інституціональними змінами в сфері оподаткування;
- незважаючи на певні недоліки реалізації інституціональних змін в сфері підприємництва, наявною за останні роки є тенденція до перетворень, які, зокрема, позитивно впливають на рейтинг України на міжнародному рівні, свідченням чого є значне покращення позицій України щодо Індексу легкості ведення бізнесу;
- спостерігається суттєве покращення стану державних закупівель, чому сприяло запровадження електронної системи, що також має позитивний вплив на розширення можливостей та прозорості участі малих та мікропідприємств у ній;
- інституціональні зміни у сфері оподаткування хоч і мали досить кардинальний характер, проте досі оцінити їх вплив на покращення стану системи економічної безпеки підприємництва досить важко через незавершеність цих процесів і постійне внесення нових змін.

1. Васильців Т.Г. Економічна безпека підприємництва України: стратегія та механізми зміцнення : [монографія] / Т.Г. Васильців. – Львів : Арал, 2008. – 384 с.
2. Кількість підприємств за видами економічної діяльності з розподілом на великі, середні, малі та мікропідприємства / Державна служба статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2013/fin/kp_ed/kp_ed_u/kp_ed_u_2016.htm.
3. Про збір та облік єдиного внеску на загальнообов'язкове державне соціальне страхування : Закон України від 26 квітня 2017 р. № 1977-19 / Національний банк [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/2464-17>.
4. Doing Business 2010/2011/ 2012/ 2013/ 2014/ 2015/ 2016. Annual Report / World Bank Group [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.doingbusiness.org/reports/global-reports/doing-business-2017>.
5. Обсяг реалізованої продукції (товарів, послуг) підприємств за видами економічної діяльності з розподілом на великі, середні, малі та мікропідприємства / Державна служба статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2013/fin/kp_ed/kp_ed_u/orp_ed_u_2016.htm.
6. Чистий прибуток (збиток) підприємств за видами економічної діяльності / Державна служба статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2017/fin/chpr/chpr_ed/chpr_ed_u/chpr_ed_u_0117_u.htm.
7. Мазій Н.Г. Принципи та механізми державного регулювання розвитку підприємництва / Н.Г. Мазій // Демократичне врядування. – 2011. – Вип. 8. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://nbuv.gov.ua/UJRN/DeVr_2011_8_8.
8. Вплив Prozorro. Що змінила реформа публічних закупівель / Center of Excellence in Procurement and Kyiv School of Economics [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://cep.kse.org.ua/assets/img/articles/Prozorro_report_ua.pdf.
9. Офіційний портал оприлюднення інформації про публічні закупівлі України / ProZorro публічні закупівлі [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://prozorro.gov.ua/about>.
10. Податкові зміни: необхідні кроки для економічного зростання / Державна фіскальна служба України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://sfs.gov.ua/data/files/39507.pdf>.

УДК 379.8

Забалдіна Ю.Б.

кандидат економічних наук,
доцент кафедри туризму та рекреації,
Київський національний торговельно-економічний університет

Тараненко А.П.

аспірант кафедри туризму та рекреації,
Київський національний торговельно-економічний університет

ФОРМУВАННЯ ІВЕНТИВНОГО ПОРТФЕЛЯ ТУРИСТИЧНИХ ДЕСТИНАЦІЙ

У статті розглядаються методичні основи формування івентивного портфеля туристичних дестинацій. Проаналізовано культурологічне й освітнє значення івентивного туризму, його роль в маркетингу туристичної дестинації, становленні її загальної та спеціальної інфраструктури, укріпленні громадського суспільства. Визначено причини та передумови розвитку івентивного туризму та його роль у становленні туристичної дестинації, охарактеризовано складові івентивного портфеля туристичної дестинації (мега-івенти, холмарки, періодичні й одноразові події національного, міжнародного масштабу, національного та локального масштабу, івенти-франшизи), закономірності та принципи його формування. Запропоновано погляд на івентивний менеджмент як складову менеджменту туристичної дестинації, деталізовано функції івентивного менеджменту. Розглянуто івентивні портфелі кількох локальних дестинацій України.

Ключові слова: туристична дестинація, івент, холмарк, івентивний туризм, подієвий туризм, івентивний портфель, івентивний менеджмент, організація з управління туристичною дестинацією (ДМО).

ФОРМИРОВАНИЕ ИВЕНТИВНОГО ПОРТФЕЛЯ ТУРИСТИЧЕСКИХ ДЕСТИНАЦИЙ

Забалдина Ю.Б., Тараненко А.П.

В статье рассматриваются методические основы формирования ивентивного портфеля туристических дестинаций. Проанализированы культурологическое и образовательное значение ивентивного туризма, его роль в маркетинге туристической дестинации, становлении ее общей и специальной инфраструктуры, укреплении гражданского общества. Определены причины и предпосылки развития ивентивного туризма и его роль в становлении туристической дестинации, охарактеризованы составляющие ивентивного портфеля туристической дестинации (мега-ивенты, холмарки, периодические и единовременные события национального, международного масштаба, национального и локального масштаба, ивенты-франшизы), закономерности и принципы его формирования. Предложен взгляд на ивентивный менеджмент как составляющую менеджмента туристической дестинации, детализированы функции ивентивного менеджмента. Рассмотрены ивентивные портфели нескольких локальных дестинаций Украины.

Ключевые слова: туристическая дестинация, ивент, холмарк, ивентивный портфель, ивентивный менеджмент, организация по управлению туристической дестинацией.

TOURIST DESTINATION'S EVENT PORTFOLIO FORMATION

Zabaldina Y., Taranenko A.

The article deals with the methodical foundations of a tourist destination's event portfolio formation. The cultural and educational significance of the event tourism, its role in the marketing of tourism destination, the formation of its general and special infrastructure, and the strengthening of civil society are analyzed. The reasons and preconditions of the event tourism development and its role in the development of tourist destination are determined; the components of the event portfolio of the tourist destination (mega-events, hills, periodic and one-time events of national, international scale, national and local scale, event franchise) are characterized. The view on the event management as an integral part of the tourist destination management is offered, and the functions of event management are detailed. The event portfolios of several local destinations of Ukraine are considered.

Keywords: tourist destination, event, holmark, event portfolio, event management, destination management organization.

Постановка проблеми. З 80-х років XX ст. масові заходи – івенти – розглядаються багатьма країнами, регіонами і містами світу як ключовий компонент їх туристичних стратегій, а івентивний, або подієвий, туризм стає одним з найшвидше зростаючих сегментів міжнародного туризму. Справді, проведення на певній території масових заходів, орієнтованих переважно на

зовнішнього відвідувача, не тільки притягує додаткові туристичні потоки, але й спричиняє потужний мультиплікативний ефект через стимулювання та диверсифікацію витрат відвідувачів.

Саме тому туристичні дестинації різного рівня – від малої локальної до національної – потребують наукового обґрунтування процесів управління івентами.

У світовій науці сформовано досить потужну теоретичну базу та накопичено неабиякий практичний досвід планування, організації та власне проведення різноманітних івентів в рамках концепції «менеджменту туристичних дестинацій», тоді як українські науковці роблять у цій царині лише перші кроки.

З огляду на все вищезначене дослідження процесів формування івентивного портфелю дестинації, тобто максимально ефективного на даній стадії її життєвого циклу набору масових заходів, можна вважати актуальним науковим завданням, безпосередньо пов'язаним з вирішенням практичної проблеми підвищення конкурентоспроможності туристичних дестинацій в Україні.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Науковий пошук чинників і механізмів точкового розвитку туристичних територій знайшов відображення в численних публікаціях представників британської, австралійської, новозеландської, європейської та американської наукових шкіл, зокрема Н. Лейпера, П. Пірса, В. Альтхофа, Д. Девідсона і В. Мейтленда, Д. Дуайера та Х. Кіма, Д. Бухаліса. Цю традицію продовжили вітчизняні дослідники, такі як, зокрема, Т. Ткаченко, Н. Корж, Д. Басюк. Питання івентивного туризму як чинника активізації туристичного потенціалу території вперше було порушено в роботах Д. Гетца, а розвинене в дослідженнях А. Голоб, В. Поліщука, А. Бабкіна, О. Алексєєвої, яка вперше на пострадянському просторі торкнулась проблем івентивного менеджменту дестинацій. Також варто зазначити і деякі дослідження, присвячені ролі мега-івентів в економіці країн і регіонів (І. Скавронська, Вань Мяо та ін.).

Слід зазначити, що, незважаючи на очевидне зростання інтересу науковців і практиків до івентивного (подієвого) туризму в світі і в Україні, залишається низка питань, яким не приділяється достатньо уваги в науковій літературі. Зокрема, йдеться про закономірності формування так званого івентивного портфеля дестинації, що й визначає актуальність статті.

Постановка завдання. Метою статті є обґрунтування теоретичних засад формування івентивного портфеля туристичних дестинацій та розроблення відповідних пропозицій для українських локальних дестинацій.

Виклад основного матеріалу дослідження. До кінця 1980-х років термін «івент» («event») не вживався в контексті туризму і використовувався лише щодо конкретних типів подій. В науковий обіг термін «івентивний туризм» («івент-туризм», «подієвий туризм») було введено в 1989 році, коли Д. Гетц (D. Getz) у своїй роботі «Спеціальні події: визначення продукту» запропонував методологічну основу для планування івентивного туризму [4, с. 135]. Нині термін трактується і як категорія туристичної пропозиції, що визначає всі заплановані заходи в рамках комплексного підходу до розвитку та маркетингу туристичних територій/дестинацій, і як категорія туристичного попиту, тобто особливий вид туризму, розвиток якого спричинений спеціальними потребами відвідувачів тієї чи іншої території [5, с. 17].

Аналіз публікацій, присвячених проблемам івентивного туризму, дає змогу виділити суттєві переваги його розвитку в дестинації.

Івент (подія, захід) може виступати потужним атрактором для туристів і представників інших контактних

аудиторій, зокрема інвесторів, спонсорів, ЗМІ, тобто сприяє розвитку туризму, а отже, приносить явні економічні та соціальні вигоди. Особливо актуальним це є для маловідомих міст і місцевостей, що знаходяться на ранніх стадіях життєвого циклу як туристичні дестинації, не мають спеціалізованої інфраструктури туризму і потребують створення певного рівня поінформованості у цільових ринків.

Івентивний туризм розширює географічні рамки туристичного попиту, залучає до туристичного споживання нові території, набуває великого значення в боротьбі із сезонністю попиту. Справді, івенти можуть проводитись в місцевостях, які не володіють значним історико-культурним або природним потенціалом і не мають визначеного туристичного іміджу. Крім того, саме івенти змушують відвідувачів приїжджати в період міжсезоння.

Івенти й івентивний туризм сприяють маркетингу території, створенню позитивного іміджу дестинацій будь-якого рівня, просуванню їх брендів, позиціонуванню на різних цільових ринках. Сама по собі подія виступає інформаційним приводом для різноманітних керованих і некерованих комунікаційних агентів, формує певний рівень обізнаності, що є особливо важливим для дестинацій на ранніх стадіях життєвого циклу. Так, проведення в Україні фінальної частини Чемпіонату Європи з футболу «Євро – 2012» спричинило потужну інформаційну хвилю у світових ЗМІ. Упродовж другої половини 2012 та на початку 2013 років країна увійшла до престижних світових туристичних рейтингів Stylist, The Global and Mail, Insightvacations, Glob Spots, National Geographic, Trip Advisor, отримавши неформальний титул «Туристичне відкриття – 2012». Певне пожвавлення спостерігалось і в неформальному інформаційному просторі: вблівальники, які відвідали приймаючі міста Київ, Львів, Донецьк і Харків, лишали свої відгуки, фото- і відеозвіти про перебування там, створюючи позитивні іміджеві стереотипи навколо нашої держави.

Завдяки розвитку загальної та спеціальної інфраструктури, а також життєвого простору населених пунктів івентивний туризм робить місця проведення заходів комфортнішими для місцевих мешканців, особливо на стадії їх зростання та зрілості як туристичних дестинацій. Підготовка до проведення мега-івентів, або івентів міжнародного масштабу, змушує місцеву владу інвестувати в транспортну, комунальну інфраструктуру, інші об'єкти загального користування, приділяти увагу міському дизайну. Водночас активізуються і приватні інвестори, вкладаючи кошти в перспективні об'єкти. Так, проведені в Києві два мега-івенти останнього десятиріччя («Євро – 2012» та «Євробачення – 2017») стали для міської влади стимулом для ремонту доріг, облаштування вулиць, парків та інших громадських просторів міста, запровадження системи туристичних інформаційних центрів.

Організація та проведення подій різних рівнів має культурологічне й освітнє значення, сприяє збереженню і відновленню матеріальної та нематеріальної культурної спадщини, адже, незважаючи на тематику івенту, відвідувачі виявляють інтерес до будь-яких проявів місцевої культури. «Євро – 2012» стало нагодою для створення низки туристичних маршрутів територіями Львівської, Київської та Харківської областей та

відповідної інвентаризації та діагностики туристичних пам'яток та інфраструктурних об'єктів.

Через залучення до проведення подій представників різних груп громадського суспільства подієвий туризм згуртовує місцеву громаду, виступає в ролі каталізатора її потенціалу, запускає механізми публічно-приватного партнерства. Так, під час підготовки до «Євро – 2012» було реалізовано кілька проєктів ДПП, які переважно стосувались розбудови та модернізації спортивної і транспортної інфраструктури. Зокрема, у Харківській області за моделлю ДПП було реконструйовано стадіон «Металіст» та інші об'єкти ФК «Металіст», термінали Міжнародного аеропорту «Харків», розбудовано Дитячо-юнацьку футбольну академію, спортивну базу для прийому учасників чемпіонату та вболівальників [3].

Розвиток івентів та івентивного туризму, вочевидь, вимагає застосування певних методів і прийомів управління, сукупність яких розглядається фахівцями як практичне застосування теорії менеджменту. Відповідно, івентивний менеджмент нині поступово стає окремою підсистемою менеджменту туристичних дестинацій різного рівня, причому його об'єктом виступають івенти, спрямовані на залучення туристів, а невід'ємними функціями – планування, організація та керівництво такими подіями в рамках єдиної концепції місцевого туристичного продукту. Суб'єктом управління тут можуть виступати як організація з управління туризмом (ДМО), інтегрована до національної системи управління туризмом, так і уповноважені підрозділи органів місцевої влади. Останній варіант притаманний як країнам, де не створено системи управління туризмом, так і країнам, де паралельно існує кілька взаємодоповнюючих управлінських структур.

Наприклад, аналіз структури управління туризмом Австралії показує, що в кожному з ДМО штатів є підрозділ, відповідальний за розвиток івентів: департамент Event Development – Arts, Lifestyle & Entertainment в Новому Південному Уельсі; відділ The Tourism, Events and Visitor Economy в штаті Вікторія; Event Devision в Південно-Західній Австралії; Business and Tourism Events Sales & Marketing в Квінсленді тощо. Серед завдань регіональних і локальних ДМО Австралії бачимо забезпечення участі місцевих стейкхолдерів у так званих флагманських заходах (Flagship Event) та фінансування таких подій, їх маркетинг.

Британська неурядова агенція Visit Britain вже два роки впроваджує Програму підтримки міжнародних ділових івентів для Великої Британії та Північної Ірландії, в рамках якої надається як фінансова, так і нефінансова підтримка діловим й академічним івентам, зокрема в частині їх просування через цифрові канали, ЗМІ, соціальні медіа.

Події, що проводяться на території дестинації, утворюють івентивний портфель останньої, до складу якого входять різні за змістом івенти, а саме спортивні, культурні, МІСЕ-івенти, холмарки. Ці події визначають туристичну спеціалізацію дестинацій, слугують потужним магнітом для відвідувачів. Зміст івентивного портфеля в рамках концепції менеджменту дестинації прийнято ділити на івенти, до орбіти яких потрапляють рівною мірою і туристи, і місцеві мешканці, та івенти, метою проведення яких є, власне, залучення туристів. Останні прийнято називати холмарками, тобто, за визначенням Дж. Рітчі,

значними одноразовими або багаторазовими подіями з обмеженою тривалістю, розробленими переважно з метою підвищення привабливості, прибутковості та відомості туристичних дестинацій [8]. Д. Гетц конкретизував визначення Дж. Рітчі, вважаючи, що термін «холмарк» описує подію з погляду традицій, привабливості, якості та публічності, що забезпечує конкурентоспроможність дестинації, де вона проводиться [5, с. 16]. З часом подія-холмарк і дестинація її проведення стають невідірваними у свідомості цільових ринків, забезпечуючи високий рівень цінності.

Інша річ – місцеві та регіональні заходи (фестивалі, зльоти, змагання, ярмарки тощо), орієнтовані переважно на місцевих мешканців. Основною метою їх проведення не є комерціалізація, вони, скоріше, мають певні культурні або соціальні змісти. Однак рівень їх організації або тематика може мати цінність для певних категорій туристів, стимулюючи, зокрема, туристичний попит. Тобто можна стверджувати, що подібні заходи мають явно нерівнозначний туристичний потенціал, лише частина з них стає або ж отримує можливість стати частиною туристичного продукту дестинації. Інша ж частина не тільки не має такого потенціалу, але й навпаки – зайвий інтерес з боку туристів може зашкодити їм.

Отже, основними позиціями, що можуть бути включені до івентивного портфеля дестинації, є такі.

1) Мега-івенти. За визначенням М. Мюллера, це тимчасові події з фіксованою тривалістю, які залучають велику кількість відвідувачів, мають значне опосередковане охоплення контактних аудиторій, характеризуються високим рівнем витрат на організацію та серйозними впливами на середовище і населення [8]. Їх проведення супроводжуються великими капіталовкладеннями в інфраструктурні проєкти, значним попитом з боку туристів і представників ЗМІ, підвищенням інтересу з боку цільових ринків та посиленням іміджу, підвищенням інформаційним шумом. Однак короткотривалі економічні ефекти є недоведеними [5]. До таких подій можна віднести не тільки грандіозні спортивні події на кшталт Олімпійських, Азійських або Панамериканських ігор, Чемпіонатів світу з футболу, але й великі виставково-ярмаркові заходи на кшталт «Експо – 2010» у Шанхаї, на який було продано 73 млн. квитків [5]. За роки незалежності в Україні було проведено лише 3 такі події: фінальна частина ЧС з футболу «Євро – 2012» та два пісенні конкурси «Євробачення».

2) Періодичні й одноразові події національного та міжнародного масштабу (спортивні, ділові або культурні), що можуть бути прив'язані до однієї дестинації або змінювати дислокації. Сам факт проведення таких заходів не є запорукою їх атрактивності в очах зовнішніх відвідувачів. Тільки їх орієнтація на зовнішні аудиторії, на залучення максимальної кількості відвідувачів, а в перспективі їх інтеграція до національного та регіонального туристичного продукту можуть забезпечити позитивний соціально-економічний вплив. Власне, сталі ефекти таких заходів забезпечуються за принципом нарощування: приваблива ідея, вдалих концепт, ефективний маркетинг події, залучення спонсорів і підбір учасників – вдалих для учасників і відвідувачів перший досвід, виражений у хорошій організації події

та явного економічного або інформаційного ефекти – розголос серед цільових і контактних аудиторій – збільшення кількості та покращення якісного складу учасників і відвідувачів – зростання інтенсивності розголосу. Тільки доведені ефекти повторюваного заходу підштовхують місцеву владу й інвесторів до капітало-вкладень у середовище його проведення, до спільного вирішення інших нагальних завдань, формуючи інші впливи. Міжнародний фестиваль сучасного мистецтва «ГогольФест», Національний фестиваль гончарства в смт. Опішня (Полтавська обл.), Всеукраїнський молодіжний фестиваль «Холодний Яр», фестиваль «Свято ковалів» в Івано-Франківську, міжнародний фестиваль «Carpathian Space» в Івано-Франківську, всеукраїнські музичні фестивалі «Бандерштат» і «Файне місто» є далеко не повним переліком українських івентів такого рівня. Варто зауважити також, що подібні заходи частіше за інших переживають занепад, як це сталося з міжнародним музичним фестивалем «Таврійські ігри».

3) Холмарки – зовнішньо орієнтовані заходи локального або регіонального рівня, завжди прив'язані у сприйнятті відвідувача до певної дестинації. Для багатьох міст світу холмарками стали місцеві свята, яким притаманний особливий місцевий колорит, на кшталт карнавалів у Венеції та Ріо-де-Жанейро або фестивалю томатів (La Tomatina, Буньоль, Іспанія). Такі події перш за все притягують увагу інвесторів і спонсорів, спричиняють інтерес з боку цільових аудиторій і посилення іміджу дестинації, вони стають хорошим інформаційним приводом і викликають задоволення та відчуття гордості у місцевого населення. Навколо холмарків, особливо якщо вони стають регулярними, вибудовується певна інфраструктура, що спричиняє ефект мультиплікатора. Українськими холмарками вже зараз можна назвати «Гуморину» в м. Одесі; численні львівські фестивалі на кшталт «День батяра», «На каву до Львова»; день Києва. Мають перспективу перетворення на холмарки і свята деяких інших українських міст.

4) Періодичні та одиночні події регіонального або локального масштабу («Слобожанський ярмарок» (Харківська область), фестиваль горянської та туристичної культури «Черемош-фест», гастрономічний фестиваль «Галицька дефіляда») з точки зору включення до івентивного портфеля повинні розглядатись лише як стартові позиції для перетворення на повноцінні холмарки. Основними завданнями ДМО стосовно цих заходів мають стати «прив'язування» їх до певної дестинації та активний маркетинг.

5) Специфічною категорією масових заходів можна вважати івенти-франшизи або тематичні заходи, об'єднані спільною ідеєю, тематикою, концептом, атрибутикою, які можуть проводитись в різних місцях країни або світу одночасно або в різний час. Прикладами таких івентів є «Yuri's Night», що одночасно проводиться 12 квітня в близько 80 міст світу, фольклорні пивні фестивалі за типом «Октоберфест», Дні Європи, свято Хелоуїн, фестивалі повітряних куль або на рівні України «Фестиваль Борщу», «Козацькі забави» тощо. Івенти-франшизи є очікуваними і зрозумілими для потенційного відвідувача дестинації з точки зору концепту, атрибутики або програми, проте не розглядаються як самостійний атрактор. Такі події можуть виступати додатковим видом туристичної активності,

прикладом залучення території до міжкультурних комунікацій. Деякі події, що народились як міські свята або національні забави, проводяться нині і за межами країни, де їх було започатковано, як, наприклад, День Святого Патрика або фестиваль «Холі».

Кожна країна або регіон розробляє власний підхід до формування івентивного портфеля, спираючись при цьому на критерії спеціалізації, економічної доцільності, стадії життєвого циклу івенту, попереднього досвіду проведення, репутаційних, культурних, технологічних, екологічних впливів тощо. Наприклад, вже упродовж кількох років в Новому Південному Уельсі (Австралія) реалізується програма «Найпопулярніші події», основною метою якої є розширення масштабів регіональних івентів. Логіка програми передбачає організацію, просування та розвиток (зокрема, через фінансову підтримку) 3-х типів подій, що мають входити до івентивного портфеля локальних дестинацій: абсолютно нові для дестинацій події, для яких пропонується інкубаторська програма; флагманські заходи, що проводяться не менше двох років і приваблюють максимальну кількість відвідувачів; традиційні події, що є специфічною частиною культурної спадщини дестинації, але при цьому потребують додаткового маркетингового стимулювання.

З одного боку, івентивний портфель дестинації формується з огляду на сталі ефекти для території, чим і пояснюється підтримка деяких заходів з бюджетів різного рівня, а з іншого боку, з позиції конкретних зисків для стейкхолдерів дестинації (підприємств, організацій та установ, безпосередньо зацікавлених у розвитку туризму на її території), які розглядають івенти як об'єкти для інвестування, аналізуючи туристичний потенціал кожної конкретної події із застосуванням так званого портфельного підходу, зіставляючи витрати на їх проведення з очікуваними прибутками.

Однак дослідники питань розвитку івентивного туризму застерігають щодо таких помилок під час формування івентивного портфеля дестинації.

По-перше, це відмова великих міст розвивати менші за масштабами, але потенційно привабливі події на користь так званих мега-івентів. Така стратегія є пагубною, оскільки призводить до розбалансування туристичного продукту. Прикладом її реалізації в Україні є Київ, який вже кілька років поспіль робить ставку переважно на мега-івенти на кшталт «Євро – 2012» або «Євробачення», доходність яких для місцевого бюджету не є очевидною. Натомість Львів, вочевидь, має більш збалансовану івент-стратегію, майже не щомісяця проводячи різні за масштабом тематичні івенти, орієнтовані на підвищення туристичної привабливості міста.

По-друге, це невміння розглядати потенціал вже наявних, традиційних заходів, їх виключна орієнтація на соціокультурні аспекти, на внутрішнього споживача (місцевого мешканця). Так, в більшості міст України щороку плануються сотні заходів локального або регіонального масштабу в рамках обласних або місцевих планів і програм розвитку культури, спорту, здоров'я і дозвілля, але рівень організації та промоушн більшості з них є виключно містечковим за досить потужного туристичного потенціалу (приклад – фестиваль «Пісні бузкового гаю» в смт. Диканька Полтавської області), що не дає змогу досягти певних туристичних, а отже,

економічних і навіть політичних ефектів. Оптимальною стратегією в цьому сенсі є, на думку Д. Гетца, перетворення наявних подій з певними характерними ознаками на туристичні атрактори дестинації в рамках загальної стратегії брендингу та з урахуванням можливостей економічного зростання території [5, с. 407]. Подібний підхід демонструє Савранський район Одеської області, де, в рамках івент-концепції «4 пори року» вже кілька років поспіль проводиться низка традиційних заходів, переорієнтованих на залучення гостей із сусідніх областей.

По-третє, відсутність логічної мережевої інституалізації заходів, коли їх організаторами виступають виключно організації й установи, уповноважені в розвитку певного аспекту життя громади (корпоративна орієнтація організації івентів). Наприклад, в Україні маємо справу із заходами під патронатом управління і департаментів культури, спорту, освіти, здоров'я, кожен з яких розглядає мету власного заходу виключно у вузькому сенсі. Світовий досвід свідчить про те, що оптимальним форматом є застосування мережевого підходу до інституалізації, згідно з яким саме орган з управління туризмом бере на себе узгодження івентивного портфеля і маркетинг подій, спрямований на залучення відвідувачів.

Висновки з проведеного дослідження. Перетворення територіально-адміністративних утворень України на привабливі туристичні дестинації вимагає налагодження системи івентивного менеджменту, інтегрованого до системи управління туризмом, а отже, розроблення стратегії і тактики розвитку івентивного туризму як високодохідного сектору економіки, здатного запустити та підтримувати механізми туристичного розвитку території. Насамперед це означає пошук підходів до формування івентивного портфеля дестинації, наповнення його різними за змістом івентами, що визначають туристичну спеціалізацію дестинацій, слугують атрактором для відвідувачів. Кожна країна, регіон або локальна дестинація може мати власний підхід до формування івентивного портфеля, включаючи до нього нові івенти і виключаючи неперспективні, спираючись при цьому на об'єктивні (спеціалізація, очікувана економічна та соціальна ефективність, стадія життєвого циклу івенту) та суб'єктивні (важливість з точки зору культурної ідентичності, культурні й екологічні впливи тощо) критерії. Основу івентивного портфеля мають складати трансформовані з традиційних для місцевості подій та новостворені заходи з сучасним концептом, тобто холмарки, орієнтовані на зовнішні аудиторії.

1. Алексеева О. Событийный туризм и ивент-менеджмент / О. Алексеева // Российское предпринимательство. – 2011. – № 6. – Вып. 2 (186). – С. 167–172.
2. Бабкин А. Специальные виды туризма / А. Бабкин. – Ростов-на-Дону : Феникс, 2008. – 252 с.
3. Група DCH взяла на себе низку зобов'язань з підготовки Харкова до «Євро – 2012» [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.dch.com.ua/ua/euro2012>.
4. Getz D. Special events: Defining the product / D. Getz // Tourism Management. – 1989. – № 10 (2). – P. 135–137.
5. Getz D. Event tourism: Definition, evolution, and research / D. Getz // Tourism Management. – 2008. – № 29. – P. 403–428.
6. Golob A. Standardization and classification of events in tourism / A. Golob, J. Jakulin // The European Journal of Applied Economics. – 2014. – Vol. 14. – № 1. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://journal.singidunum.ac.rs/paper/standardization-and-classification-of-events-in-tourism-based-on-a-systems-approach.html>.
7. Müller M. What makes an event a mega-event? Definitions and sizes / M. Müller // Leisure Studies. – 2015. – Vol. 34. – Issue 6. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/02614367.2014.993333>.
8. Ritchie J.R.B. Hallmark events: An evaluation of a strategic response to seasonality in the travel market / J.R.B. Ritchie, D. Beliveau // Journal of Travel Research. – 1974. – № 14. – P. 14–20.

E-mail: zabaldina13@gmail.com

УДК 658:656.2(477)

Овчиннікова В.О.

кандидат економічних наук,
доцент кафедри економіки та управління виробничим
і комерційним бізнесом,
Український державний університет залізничного транспорту

ТРАНСФОРМАЦІЯ ТЕОРІЇ СТРАТЕГІЧНОГО УПРАВЛІННЯ РОЗВИТКОМ ЗАЛІЗНИЧНОГО ТРАНСПОРТУ

У статті встановлено, що «Укрзалізниця» поступово втрачає свої конкурентні позиції на світовому ринку транспортних послуг, а також доведено необхідність використання положень стратегічного управління галуззю. Виконано аналіз чинних стратегій залізниць країн світу, досліджено особливості трансформації теорії стратегічного управління розвитком залізничного транспорту. Встановлено, що чинна сьогодні стратегія розвитку залізничного транспорту більш спрямована на вирішення тактичних задач, ніж стратегічних, і розкрито імперативи розвитку світової економіки. Запропоновано нову теорію стратегічного управління розвитком залізничного транспорту, яка буде орієнтуватись на цифрову модель бізнесу та дасть змогу управляти бізнесом в режимі онлайн, забезпечити високий рівень інтероперабельності бізнес-процесів тощо. Окреслено стратегічні перспективи технологічного розвитку галузі відповідно до запропонованої теорії стратегічного управління, а також розкрито особливості їх реалізації.

Ключові слова: залізничний транспорт, розвиток, стратегія, стратегічне управління, бізнес-процес, стратегічні перспективи.

ТРАНСФОРМАЦИЯ ТЕОРИИ СТРАТЕГИЧЕСКОГО УПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЕМ ЖЕЛЕЗНОДОРОЖНОГО ТРАНСПОРТА

Овчинникова В.А.

В статье установлено, что «Укрзалізниця» постепенно теряет свои конкурентные позиции на мировом рынке транспортных услуг, а также доказана необходимость использования положений стратегического управления отраслью. Выполнен анализ действующих стратегий железных дорог стран мира, исследованы особенности трансформации теории стратегического управления развитием железнодорожного транспорта. Установлено, что действующая сегодня стратегия развития железнодорожного транспорта более направлена на решение тактических задач, чем стратегических, и раскрыты императивы развития мировой экономики. Предложена новая теория стратегического управления развитием железнодорожного транспорта, которая будет ориентироваться на цифровую модель бизнеса и позволит управлять бизнесом в режиме онлайн, обеспечит высокий уровень интероперабельности бизнес-процессов и др. Определены стратегические перспективы технологического развития отрасли в соответствии с предложенной теорией стратегического управления, а также раскрыты особенности их реализации.

Ключевые слова: железнодорожный транспорт, развитие, стратегия, стратегическое управление, бизнес-процесс, стратегические перспективы.

TRANSFORMATION OF THE THEORY OF STRATEGIC MANAGEMENT BY DEVELOPMENT OF RAILWAY TRANSPORT

Ovchynnikova V.

The article finds that "Ukrzaliznytsia" is gradually losing its competitive position on the global market. The need to use the provisions of strategic management of the industry is proved. The analysis of current strategies of the railways of the world is carried out. The peculiarities of the transformation of the theory of strategic management of railway transport development are explored. It is established that the current strategy of railway transport development is more focused on solving tactical tasks than strategic ones. The imperatives of the development of the world economy are revealed. A new theory of strategic management of railway transport development, which will be oriented on the digital business model, will allow managing the business online, providing a high level of interoperability of business processes, etc. The strategic prospects of technological development of the industry in accordance with the proposed theory of strategic management are outlined and implementation peculiarities are revealed.

Keywords: railway transport, development, strategy, strategic management, business process, strategic perspectives.

Постановка проблеми. Залізничний транспорт залишається одним із каталізаторів розвитку економіки будь-якої країни, зокрема в Україні залізниця є ключовим активом для забезпечення мобільності населення

і єдності держави (саме на неї припадають 43% пасажирообігу); одним із найбільших платників податку (в 2016 році державі було виплачено 15 млрд. грн.) та джерелом забезпечення 3% ВВП економіки країни.

Крім того, українські залізниці мають експлуатаційну протяжність головних колій, яка є однією з найбільших, притому, що держава займає вигідне геополітичне положення, це дає можливість виходу на світовий ринок в ролі вагомого конкурента та забезпечити додаткові фінансові надходження до бюджету України, однак така стратегічна перевага не використовується сьогодні повною мірою для забезпечення конкурентоспроможності на світовому ринку залізничних перевезень, як і багато інших, а вітчизняний залізничний транспорт постійно втрачає свою конкурентоспроможність.

Про поступову втрату конкурентних позицій «Укрзалізницею» на світовому ринку свідчать дані The Global Competitiveness Report 2016–2017, згідно з якими Україна за критерієм розвитку залізничної інфраструктури посідає 34 місце, тоді як сусідні Польща та Російська Федерація посідають 49 та 25 місця відповідно. У 2014 році за цим критерієм Україна була на 25 місці в світі, коли Росії та Польщі – 31 та 70 місцях відповідно.

Тобто залізниці сусідніх держав постійно приймають активні управлінські дії щодо забезпечення конкурентоспроможності на світовому ринку транспортних послуг та досягають певних позитивних результатів, тоді як управлінські рішення керівництва «Укрзалізниці» є не результативними. Зазначене свідчить про неефективність чинної системи управління вітчизняним залізничним транспортом та наголошує на негайності її перегляду.

Аналіз останніх досліджень і результатів. Сьогодні тема дослідження теоретичних основ розвитку та управління залізничним транспортом України досить популярна, їй присвячена ціла низка праць таких авторів, як, зокрема, В.Л. Дикань, В.О. Зубенко, О.В. Маковоз, І.В. Токакова, О.В. Шраменко [1; 2; 3], О.С. Полтавська [4], Д.М. Козаченко, Р.Г. Коробйова, А.В. Рубець [5].

Аналіз теоретичних напрацювань з цієї проблематики свідчить про високу зацікавленість вчених. Водночас з урахуванням сучасного стану залізничного транспорту України та його положення на ринку транспортних перевезень явно необхідні нові пропозиції, що дадуть змогу добитися високих економічних результатів не лише в галузі, але й в масштабах держави.

Постановка завдання. Метою статті є дослідження трансформації теорії стратегічного управління розвитком залізничного транспорту та окреслення нової дієвої концепції стратегічного управління.

Виклад основного матеріалу дослідження. Основою сучасної системи управління будь-якого суб'єкта господарювання є стратегія та стратегічне управління. Стратегічне управління називають ринковим стратегічним управлінням («strategic market management»). Включення в термін «стратегічне управління» слова «ринку» означає, що розробка стратегії повинна більшою мірою відштовхуватися від ринку і зовнішнього середовища, а не від внутрішньої орієнтації суб'єкта господарювання. Тобто сьогодні вітчизняний залізничний транспорт повинний мати зовнішню орієнтацію (на споживачів, конкурентів та інші фактори зовнішнього середовища), реалізуючи маркетинговий, або ринковий підхід до управління.

Якщо розглянути приклади чинних стратегій залізниць країн світу, то можна побачити, що БАТ «Русские железные дороги» [7] розглядають комплексну страте-

гію розвитку, в якій особлива увага приділяється інноваціям, або ж концепції «цифрової (розумної) залізниці». А якщо розглянути приклад Великобританії, то можна дізнатися, що там у 2012 році було опубліковано першу в галузі залізничну технічну стратегію (RTS), в якій описано, як інновації дадуть змогу зробити питомі витрати вдвічі менше, потужність залізниці збільшити вдвічі, викиди вуглецю зменшити вдвічі, а також реалізувати новий досвід для клієнтів. У цей час рівень інвестицій в інновації був низьким, отже, першим кроком стало збільшення кількості активності в галузі інновацій. Чотири роки потому дослідники та промисловість Великобританії почали активно співпрацювати і створили суттєві розробки за основними напрямками, що складаються більш ніж з 200 інноваційних проектів і програм. Це було одним з головних досягнень. Отримавши більше інновацій в стадії реалізації, британці стали вважати життєво важливим створення об'єднання інноваційних перетворень галузі в межах однієї програми – єдиного плану. План, який фокусує зусилля, досвід та інвестиції, визначивши дії в порядку пріоритету.

Цей єдиний план передбачає базовий рівень або пункти плану, завдяки яким можна зрозуміти актуальність і цінність будь-якого пункту з інновацій для діяльності всієї галузі. Нині цей план виконується на чолі з новим технічним керівництвом групи, яка представляє групи Rail Delivery Group, Rail Supply Group разом з урядом. Цей план визначає напрями, які дадуть змогу залізниці Великобританії запропонувати більш широкі можливості для транспортування пасажирів і вантажів.

Швидкі темпи розвитку відповідно до вимог клієнтів були закладені в стратегію розвитку залізничного транспорту Китаю. Реалізація такої стратегії дала змогу Китаю сьогодні посісти перше місце в рейтингу високошвидкісних магістралей (швидкість руху поїзду становить 350 км/год.). Лінія, якою курсують поїзди-рекордсмени, поєднує Пекін і Шанхай. В 2011 році швидкість на даній ділянці знизилася до 300 км/год. Тепер оновлені потяги «Fuxing» їздять на 50 км/год. швидше, а лінія повернула собі статус найбільш швидкої залізниці в світі. «Потяги-кулі», які курсують між Шанхаєм і Пекіном, вважаються найшвидшими в світі. Відстань між містами перевищує 1 200 км. На швидкісному поїзді його можна подолати за 4 години 28 хвилин. Згідно з даними Google Maps, автомобілем така поїздка займе не менше 13 годин. Лінія поєднує два найбільші міста, що забезпечує пасажиропотік в 100 млн. осіб на рік. Вона була спроектована під рух із зазначеною швидкістю, і поява нового поїзда фактично вивела її на плановий режим роботи. Нові поїзди повністю зібрані в Китаї. Виробники стверджують, що провели 600 000 км тестових поїздок і гарантують безпеку мінімум на 30 найближчих років. Від старих потягів «Fuxing» відрізняється також додатковими зручностями: Wi-Fi, USB-порти, звичайні розетки. Поїзд оснастили автономною системою безпеки, яка може відреагувати на позаштатні ситуації і зупинити поїзд.

Іншим важливим рішенням в стратегії розвитку залізничного транспорту Китаю є спроба пов'язати країну ще з 17 державами. Це надасть Китаю статусу світового лідера в галузі швидкісних залізничних перевезень, а протяжність високошвидкісних залізничних магістралей у країні перевищить 50% від загального обсягу подібних магістралей у всьому світі.

Серед країн СНД, які розробляють та втілюють у життя транспортні стратегії, слід виділити перш за все Російську Федерацію. Керівництво оператора-перевізника «Российские Железные Дороги» (РЖД) в стратегії розвитку галузі поставило такі головні цілі розвитку високошвидкісних залізничних перевезень: поліпшення транспортних зв'язків між найбільшими містами та регіонами країни; розширення низки послуг, що пропонуються пасажиром; підвищення інтероперабельності залізничного транспорту в галузі пасажирських перевезень; підвищення транспортної мобільності населення у підвищенні якості послуг, які пропонуються пасажиром [7].

Щодо залізничного транспорту в Україні, то слід зазначити, що під натиском міжнародних кредиторів влада України наважилася на реформу «Укрзалізниці», яка була передбачена законодавчо ще у 2012 році.

З початку 2015 року Держадміністрація залізничного транспорту стала публічним акціонерним товариством «Українська залізниця» (далі – ПАТ «УЗ»). Замість шести окремих залізниць і десятків підприємств з'явився один господарчий суб'єкт з 29 філіями. В результаті утворилися вертикально інтегровані структури за видами діяльності (вантажні та пасажирські перевезення, ремонт рухомого складу тощо). Крім того, структура компанії стає прозорою та зрозумілою для інвесторів. Реформування залізниці в Україні також включає використання системи закупівель “Prozorro”, що дає змогу відкинути можливості корупційних схем у сфері закупівель, більш ефективно використовувати фінансові засоби ПАТ «УЗ» та вивести акціонерне товариство у стан ринкових відносин. Акціонування «Укрзалізниці» – ще одна з вимог міжнародних кредиторів (ЄБРР, Світового банку, Європейського інвестиційного банку). Саме їх інвестиції можуть допомогти з розвитком галузі. Зокрема, йдеться про кошти на оновлення рухомого складу, поліпшення залізничного господарства і подальшу електрифікацію доріг [6]. Особливої уваги слід приділити одній із 29 філій – «Українській залізничній швидкісній компанії». Саме цей підрозділ займається перевезеннями в режимі прискореного руху. Станом на 1 вересня 2017 року в Україні курсують 15 швидкісних (прискорених) поїздів: «ІНТЕРСІТ+» з рухомим складом корейського виробництва “HYUNDAI”; двома поїздами «ІНТЕРСІТ» чеського виробництва “SKODA”, поїздами виробництва Крюківського вагонобудівного заводу з локомотивною тягою та поїзду ЕКр-1. Максимальна швидкість всіх видів рухомого складу становить 160 км/год.

За останні роки багато чого змінено, створено перепрофілювання діяльності підприємств залізничного транспорту (наприклад «УЗШК», яка займається швидкісними перевезеннями пасажирів), але сьогодні цього недостатньо для досягнення позитивного ефекту, необхідні істотні стратегічні рішення.

Слід зазначити, що спроби у цьому напрямі вже є. Так, у 2017 році ПАТ «УЗ» представила стратегію розвитку на 2017–2021 роки, але ж в результаті досліджень з'ясовано, що ця стратегія більше спрямована на рішення тактичних задач, ніж стратегічних. В ній наголос робиться на аспекти, властиві технологічному укладу, а мінімум аспектів стосуються укладів більш високого рівня.

Отже, практика бізнесу показує, що успішну стратегію не можна скопіювати, а єдиної стратегії для всіх суб'єктів господарювання не існує, крім того, стратегічне управління, як і будь-яке інше, змінюється з часом відповідно до імперативів розвитку світової економіки, а тому Україні сьогодні необхідно виробити власні управлінські рішення та на їх основі побудувати чинну стратегію розвитку залізничного транспорту України.

Перш за все під час побудови стратегії розвитку залізничного транспорту України слід врахувати процеси глобалізації, що відбуваються сьогодні в світі.

Окремі науковці визначають глобалізацію як процеси технологічної (зокрема, інформаційної), економічної, культурної та політичної інтеграції людства, у зв'язку з чим докорінно змінюються світоустрій і глобальна суспільна парадигма [8]. Вони наголошують на тому, що на сучасному етапі жодна країна не може залишитися осторонь від масштабних процесів інтернаціоналізації і глобалізації міжнародних економічних відносин, участь в яких дає змогу не тільки вирішити нагальні економічні проблеми, але й активно інтегруватися у світові технологічні потоки, освоювати й ефективно використовувати закордонний досвід організації та управління. Залучення до світової спільноти не тільки веде до кардинальних змін у виробництві та споживанні, але й істотно реформує уявлення людей про сучасний світ, змушує осмислювати нові проблеми, що вимагає особливого поведінки, кваліфікації і знань. Зміни, що відбуваються у світі, ініціюють появу нових, так званих глобальних підприємницьких можливостей, нових ідей і способів їх втілення.

Наступною, не менш важливою імперативою є етапи розвитку економіки, які визначають техніко-технологічні особливості ведення бізнесу та завоювання конкурентних переваг. Сьогодні діє неоіндустріальний тип розвитку економіки, відповідно до якого рушійною силою розвитку економіки є конкуренція, заснована на інтелектуальному лідерстві, конкурентні переваги можна додатково отримати на здатності формувати ринки майбутнього тощо.

Враховуючи вищезазначене, вважаємо вельми необхідним виділення сьогодні нової теорії стратегічного управління, яка буде орієнтуватись на цифрову модель бізнесу та дасть змогу управляти бізнесом в режимі онлайн, забезпечить високий рівень інтероперабельності бізнес-процесів тощо (рис. 1).

Відповідно до запропонованої теорії стратегічного управління розвитком залізничного транспорту до стратегічних перспектив технологічного розвитку галузі поряд з інноваційними енерго- і ресурсоефективності системами для рухомого складу та інфраструктури слід віднести перш за все створення цифрової високоінтелектуальної залізниці. «Цифрова» залізниця – це єдиний інформаційний комплекс взаємопов'язаних систем обробки даних і систем автоматики в управлінні перевезеннями.

Розвиток інформаційних технологій повинен стати основою стратегії підвищення привабливості залізничних послуг, що надаються пасажиром. При цьому ІТ-технології повинні забезпечити створення умов, що забезпечують підтримку послуги пасажиром в режимі реального часу в будь-якому місці, в будь-який час, з урахуванням кількох видів транспорту, включаючи планування маршруту, покупки єдиних квитків та бро-

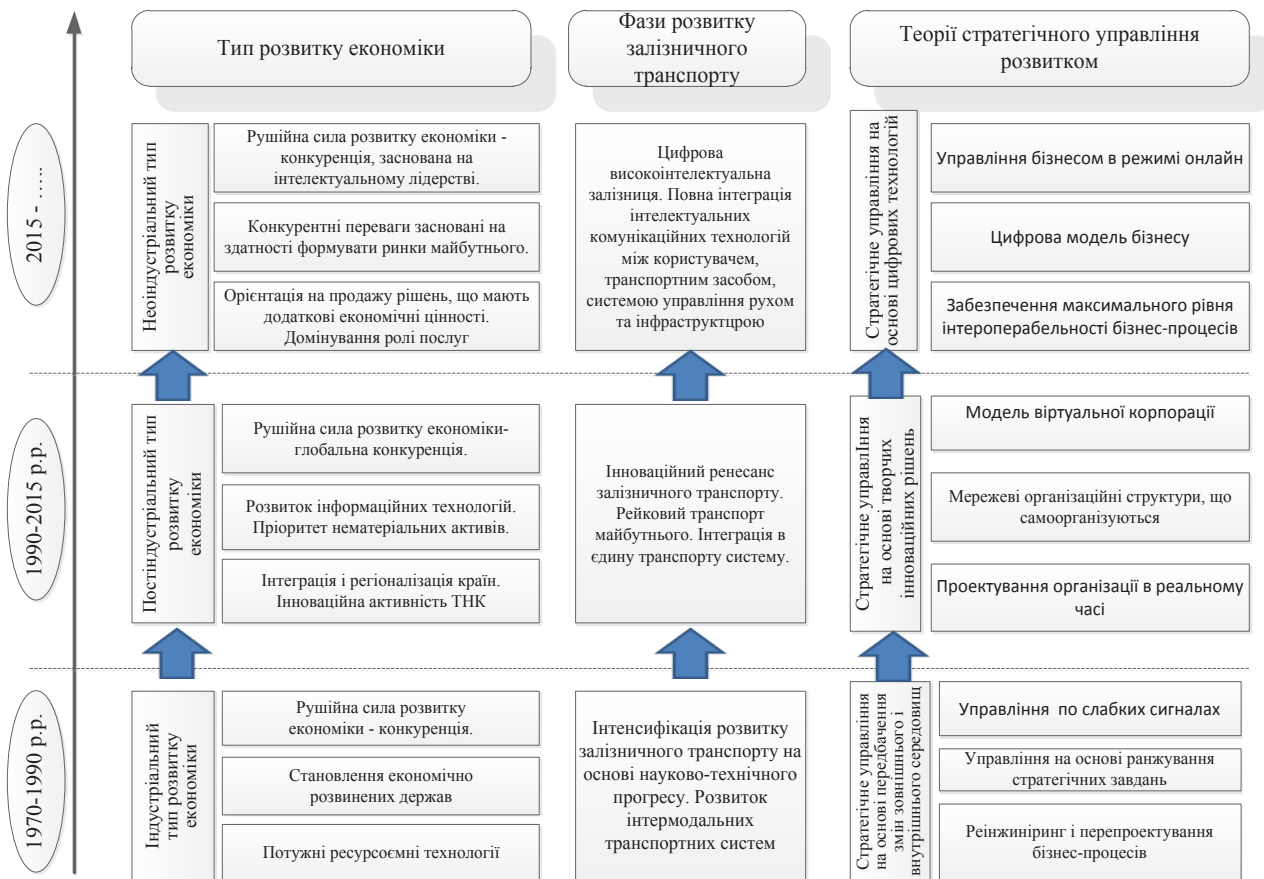


Рис. 1. Трансформація теорії стратегічного управління розвитком залізничного транспорту залежно від імперативів розвитку світової економіки

нювання, супровід по маршруту, надання додаткових послуг; широкий спектр логістичних додатків для реалізації логістичних послуг на вибір клієнта, включаючи рівень 4PL і вище; інтелектуальних і гнучких систем управління транспортом з метою оптимізації архітектури і операційних систем залізничної мережі на рівні маршруту і окремого поїзда; взаємозв'язок і обмін інформацією для інтелектуальних транспортних систем.

В галузі організації пасажирських перевезень на базі «цифрових технологій» повинні формуватися світові стандарти, юридично засновані на передовому досвіді забезпечення максимального рівня інтероперабельності транспортних систем. Комплекс послуг, що надаються пасажиром на всіх етапах поїздки від планування до надання широкого спектра додаткових сервісних послуг в пункті призначення, включаючи забезпечення їх особистої безпеки, може бути реалізований за рахунок максимального використання мобільних пристроїв різних цифрових стандартів зв'язку та відповідних функціональних додатків, що забезпечують вибір параметрів подорожі, таких як швидкість, комфорт та інші індивідуальні умови; створення можливості передачі і отримання інформації в поїздах на залізничному транспорті в режимі реального часу на вокзалах, в транспортно-пересадочних вузлах і поїздах, завдяки чому реалізуються можливості замовлення послуг онлайн, отримання інформації про поїздки тощо; впровадження інтелектуальних систем

управління вокзалами, що забезпечують функції інтелектуальних комплексів, що передбачають гнучке реагування на динамічні зміни обсягів, структури, характеру та спрямованості пасажиропотоків; реалізацію принципу «постійна інформованість пасажирів» на основі інтерактивного інформування, візуальної навігації та інших форм забезпечення мобільності різних категорій пасажирів на вокзалах і в транспортно-пересадочних вузлах, зокрема інтерфейс поїзд/платформа; маркетинговий інтерактивний вплив, який формує сценарії поведінки пасажирів на території транспортних об'єктів, а також гнучку технологію їх обслуговування; створення системи інтелектуального управління інженерною інфраструктурою вокзального комплексу.

Висновки з проведеного дослідження. Отже, сьогодні необхідний новий погляд на стратегічне управління розвитком залізничного транспорту, який би враховував не лише стан внутрішнього та зовнішнього середовища, але й імперативи розвитку світової економіки. Для виконання вищезазначених стратегічних перспектив розвитку в ПАТ «Українська залізниця» є наявний достатній виробничий, інноваційний, кадровий, інформаційний потенціали, а також присутні інші можливості, що надає йому геополітичне розташування держави. Все це дасть змогу залізничній галузі втілити в життя нові прогресивні шляхи економічного розвитку та стати активним гравцем на ринку транспортних перевезень.

1. Дикань В.Л. Скоростное движение железнодорожного транспорта в мире и перспективы его развития в Украине / В.Л. Дикань // Вісник економіки транспорту та промисловості. – 2010. – № 32. – С. 15–25.
2. Стратегічне управління : [навч посібн.] / [В.Л. Дикань, В.О. Зубенко, О.В. Маковоз, І.В. Токмакова, О.В. Шраменко]. – К. : Центр учбової літератури, 2013. – 272 с.
3. Зубенко В.О. Забезпечення конкурентоспроможності залізничного транспорту за рахунок формування стратегічного союзу / В.О. Зубенко // Вісник економіки транспорту і промисловості. – 2010. – № 32. – С. 29–31.
4. Полтавська О.С. Світовий досвід розвитку залізничного транспорту та перспективи його розвитку в Україні / О.С. Полтавська // Вісник економіки транспорту та промисловості. – 2014. – С. 473–475.
5. Проблеми розвитку пасажирських перевезень залізничним транспортом в Україні / [Д.М. Козаченко, Р.Г. Коробйова, А.В. Рубець] // Збірник наукових праць ДНУЗТ ім. акад. В. Лазаряна. – 2016. – № 12. – С. 46–49.
6. Основні аспекти стратегії розвитку ПАТ «Укразізниця» на 2017–2021 роки [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://agrega.ua/opriyudneno-osnovni-aspekti-strategiyi-rozvitku-pat-ukrazalznitsya-na-2017-2021-roki>.
7. Стратегия развития холдинга «РЖД» на период до 2030 года (основные положения) [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://doc.rzd.ru/doc/public/ru?STRUCTURE_ID=704&layer_id=5104&refererLayerId=5101&id=6396.
8. Шкіль Н.Г. Імперативи розвитку сучасної системи міжнародного бізнесу в умовах глобалізації / Н.Г. Шкіль // Вісник Харківського університету ім. В.Н. Каразіна. – 2013. – № 1086. – С. 40–43.

E-mail: Vikols75@ukr.net

УДК 911.373:338.43

Петренко Н.О.

кандидат економічних наук,
доцент кафедри менеджменту,
Уманський національний університет садівництва

СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНЕ ПРОГНОЗУВАННЯ ТА ОЦІНКА МАРКЕТИНГОВОГО ПОТЕНЦІАЛУ АГРАРНОЇ СФЕРИ РЕГІОНІВ УКРАЇНИ

У статті проведено оцінку маркетингового потенціалу аграрної сфери регіонів України на прикладі Черкаської області, що базується на використанні соціально-економічних показників. Встановлено, що маркетингові процеси дають змогу виділити соціальні та економічні показники, які свідчать про задоволення потреб споживачів на певній території. Визначено, що соціально-економічне прогнозування, спрямоване на формування маркетингового потенціалу території, дає змогу виділити підсумкові показники економічних процесів, які свідчать про задоволення потреб споживачів на певній території. Підвищення задоволення потреб споживачів шляхом взаємодії господарюючих суб'єктів відображається на загальному зростанні добробуту, одночасно з яким збільшуються показники росту економіки регіону, а якщо зростають показники, що характеризують добробут різних груп споживачів, то суб'єкти маркетингу досягли поставлених цілей. Узагальнено, що для проведення оцінки маркетингового потенціалу аграрної сфери у соціально-економічному прогнозуванні найліпше застосовувати інструменти маркетингу інфраструктури та маркетингу потреб споживачів.

Ключові слова: економіка, економічна оцінка, маркетинг, потенціал, прогнозування, аграрна сфера, продукт, послуга.

СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОЕ ПРОГНОЗИРОВАНИЕ И ОЦЕНКА МАРКЕТИНГОВОГО ПОТЕНЦИАЛА АГРАРНОЙ СФЕРЫ РЕГИОНОВ УКРАИНЫ

Петренко Н.А.

В статье проведена оценка маркетингового потенциала аграрной сферы регионов Украины на примере Черкасской области, которая основывается на использовании социально-экономических показателей. Установлено, что маркетинговые процессы позволяют выделить социальные и экономические показатели, свидетельствующие об удовлетворении нужд потребителей на определенной территории. Определено, что социально-экономическое прогнозирование, направленное на формирование маркетингового потенциала территории, позволяет выделить итоговые показатели экономических процессов, которые свидетельствуют об удовлетворении нужд потребителей на определенной территории. Повышение удовлетворения нужд потребителей путем взаимодействия хозяйствующих субъектов отображается на общем росте благосостояния, одновременно с которым увеличиваются показатели роста экономики региона, а если растут показатели, которые характеризуют благосостояние различных групп потребителей, то субъекты маркетинга достигли поставленных целей. Резюмировано, что для проведения оценки маркетингового потенциала аграрной сферы в социально-экономическом прогнозировании лучше применять инструменты маркетинга инфраструктуры и маркетинга нужд потребителей.

Ключевые слова: экономика, экономическая оценка, маркетинг, потенциал, прогнозирование, аграрная сфера, продукт, услуга.

SOCIAL AND ECONOMIC FORECASTING AND EVALUATION OF MARKETING POTENTIAL AGRARIAN SPHERE UKRAINIAN REGIONS

Petrenko N.

In the article was conducted evaluation of marketing potential of agrarian sphere of the regions of Ukraine on the example of the Cherkassy region, which is based on the use of social and economic indicators. Is established, that social and economic indicators, which testify about meeting the needs of consumers a particular area, possible to highlight using marketing processes. It has been determined that social economic forecasting, which is directed on the formation of the marketing potential of the territory, gives an opportunity distinguish the generalized indicators of economic processes, which testify to meeting the needs of consumers in a particular region. Improving consumer satisfaction due to the interaction of business entities is reflected in the general growth of welfare, simultaneously with the growth rates of the region's economy are increasing. If indicators are rising, which characterize the welfare of different groups of consumers, then this mean that the subjects of marketing have achieved the set goals. It was concluded that, which to assess marketing potential of agrarian sphere in social economic forecasting it is best to use infrastructure marketing tools and marketing consumer needs.

Keywords: economics, evaluation of economies, marketing, potential, forecasting, agrarian sphere, product, service.

Постановка проблеми. Як правило, маркетинговий підхід передбачає орієнтацію будь-яких завдань на споживача. Якщо як економічну систему розглядати аграрну сферу, то вибір стратегії економічного розвитку повинен здійснюватися на основі аналізу наявних і прогнозування майбутніх стратегічних потреб різних груп споживачів аграрних продуктів та послуг. Саме задоволеність фактичних споживчих груп і груп потенційних споживачів визначає привабливість регіону і впливає на його соціально-економічний розвиток. Взаємозв'язок соціально-економічних показників регіону та їх вагомості в поведінці споживачів нині залишаються малодослідженими та вимагають подальших теоретично-практичних розвідок.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Для кращого розуміння проблеми оцінки маркетингового потенціалу аграрної сфери у соціально-економічному прогнозуванні важливо поєднати наявні здобутки у теоретичному й практичному аспектах. Дослідженню теоретичних і прикладних положень в системі оцінки маркетингового потенціалу на регіональному рівні присвячені праці зарубіжних та вітчизняних вчених, зокрема І. Арєнкова [1], Б. Айби [2], Л. Бичікової [2], Ю. Вдовенко [3], Ю. Головні [4], О. Жердевої [5], Ф. Хайска [8], М. Кендалла [9], Ф. Котлера [10].

Концепції, положення, висновки і рекомендації, висвітлені в їхніх працях, створили міцний теоретико-методологічний фундамент і посідають важоме місце у вирішенні проблем соціально-економічного прогнозування. Проте не всі питання теоретично-наукового змісту добре вивчені, а тому потребують подальшого дослідження з урахуванням сучасних умов економічного розвитку та інституційних перетворень.

Постановка завдання. Метою статті є дослідження ключових етапів формування та розробка практичних пропозицій щодо проведення оцінки маркетингового потенціалу аграрної сфери у соціально-економічному прогнозуванні.

Виклад основного матеріалу дослідження. Як правило, маркетинговий підхід передбачає орієнтацію будь-яких завдань на споживача. Якщо як економічну систему розглядати аграрну сферу, то вибір стратегії економічного розвитку повинен здійснюватися на основі аналізу наявних і прогнозування майбутніх стратегічних потреб різних груп споживачів аграрних продуктів та послуг. Саме задоволеність фактичних споживчих груп і груп потенційних споживачів визначає привабливість регіону і впливає на його соціально-економічний розвиток. Однак детальне вивчення цього зв'язку є не таким простим і очевидним. Взаємозв'язок соціально-економічних показників регіону та їх вагомості в поведінці споживачів недостатньо вивчені і вимагають подальшого прикладного дослідження.

На нашу думку, результати формування маркетингового потенціалу території відображаються на її соціально-економічному розвитку. Ці результати будуть очевидними, якщо потреби споживачів території будуть задоволені шляхом раціональної організації наявних ресурсів. В такому разі маркетинговий потенціал території – це сукупна здатність соціально-економічної системи до розвитку шляхом задоволення в повному обсязі потреб груп споживачів території за рахунок наявних і потенційних ресурсів.

Отже, існує такий порядок функціонування системи, за якого ресурси не використовуються повною мірою, тобто маркетингові процеси, що включають в себе економічні й управлінські процеси з перетворення факторів виробництва на задоволення потреб споживачів, не узгоджені.

На наш погляд, проблема задоволення і розвитку потреб несе у собі не тільки теоретичну, але й практичну спрямованість у вигляді проблеми управління маркетинговим процесом. Тому доцільним є питання дослідження джерел їх виникнення, середовища та умов існування.

Виникнувши з потреб економічних суб'єктів, процеси мають об'єктивну природу [3, с. 112]. Це обумовлено інституційним середовищем, в якому вони відбуваються. Тобто інституційні рамки диктують можливі способи і форми організації маркетингових процесів.

Результатом маркетингових процесів є задоволення або незадоволення споживачів. Змістовне наповнення маркетингових процесів включає в себе економічні й управлінські процеси, організація яких забезпечує перетворення факторів виробництва в товари та послуги для споживачів.

Формування маркетингового потенціалу є динамічним завданням, що враховує поточні та майбутні наслідки від прийнятих рішень. І це цілком виправдано, тому що динамічні завдання більш повно відображають процеси, що відбуваються в регіоні і досліджують поточний стан регіональної економіки не ізольовано, а разом з минулим і майбутнім [1, с. 150]. Тому економічний зміст маркетингових процесів, спрямованих на формування маркетингового потенціалу території, дає змогу виділити підсумкові показники економічних процесів, які свідчать про задоволення потреб споживачів на певній території.

Факти задоволення або незадоволення потреб споживачів, якщо говорити об'єктивно, не можуть бути точно відомі, і здебільшого їм притаманна невизначеність, оскільки не можна стверджувати однозначно, що задоволення було досягнуто за рахунок використання певних ресурсів. Це твердження є справедливим для регіональної економіки загалом, оскільки в результаті власного розвитку відбувається зміна всіх основних видів ресурсів і взаємозв'язків їх використання.

Отже, підвищення задоволення потреб споживачів шляхом взаємодії господарюючих суб'єктів відображається на загальному зростанні добробуту, одночасно з яким збільшуються показники росту виробництва і споживання в різних галузях економіки. А якщо зростають показники, що характеризують добробут різних груп споживачів, то суб'єкти маркетингу досягли поставлених цілей.

Завдання інституції тоді полягають не в тому, щоб максимально задовольнити всі наявні потреби груп споживачів, а в тому, щоб врахувати динаміку результатів задоволення, покращуючи способи, засоби і методи підвищення добробуту [2, с. 140].

Збереження внутрішніх груп споживачів і залучення зовнішніх, які необхідні для розширеного відтворення, – головна мета організації маркетингового процесу, який виступає головним і сполучним елементом у формуванні маркетингового потенціалу соціально-економічного середовища.

Економічний зміст маркетингових процесів дає змогу виділити:

- основні процеси, що мають стратегічне значення для задоволення потреб споживачів;
- допоміжні процеси, що забезпечують своїм функціонуванням результати перших;
- ті процеси, що перешкоджають задоволенню потреб процесу [4, с. 68].

Управлінський зміст маркетингових процесів виявляється в їх організації та контролі за динамікою задоволення потреб споживачів.

З огляду на те, що задоволення потреб характеризується приростом територіальних ресурсів, на нашу думку, для формування маркетингового потенціалу, важливо дотримуватися такого динамічного принципу: *темп зростання показників, що характеризують перешкоджаючі процеси, повинен бути менше темпу зростання показників, що характеризують допоміжні процеси, а темп зростання показників основних процесів повинен бути більше допоміжних* (1).

$$T_{3o} < T_{3д} < T_{3п}, \quad (1)$$

де T_{3o} , $T_{3д}$, $T_{3п}$ – темп зростання показників, що характеризують перешкоджаючі, допоміжні і основні процеси відповідно.

Інтеграція економічної і адміністративної складових всередині маркетингового процесу на регіональному рівні дає змогу виявити таку траєкторію розвитку соціально-економічної системи, за якої задоволення

потреб пріоритетних груп споживачів буде покладено в основу внутрішньосистемного планування і прогнозування.

Якщо всі процеси взаємодіють один з одним, то сукупна результативність процесів буде ланцюжком взаємодій, кожен з яких впливає як на функціонування інших процесів, так і на формування маркетингового потенціалу системи загалом (рис. 1).

За впорядкованої взаємодії процесів маркетинговий потенціал території формується послідовно з відображенням позитивних результатів у соціально-економічних показниках. Невпорядкована взаємодія, навпаки, свідчить про те, що у формуванні маркетингового потенціалу зроблено акцент на певних типах процесів, при цьому інші формуються за рахунок збільшення перших.

Для апробації теоретичних припущень нами було проведено дослідження узгодженості маркетингових процесів території для Черкаської області за офіційними даними Держкомстату та Черкаської обласної державної адміністрації [6; 7].

Застосувавши експертний метод для ранжування пріоритетності груп споживачів для Черкаської області і використовуючи кореляційний аналіз, ми відібрали економічні показники, що характеризують результати основних, допоміжних і перешкоджаючих процесів (рис. 2). На графіку чітко відображено неупорядко-



Рис. 1. Принцип узгодженості маркетингових процесів на територіальному рівні

Джерело: складено автором

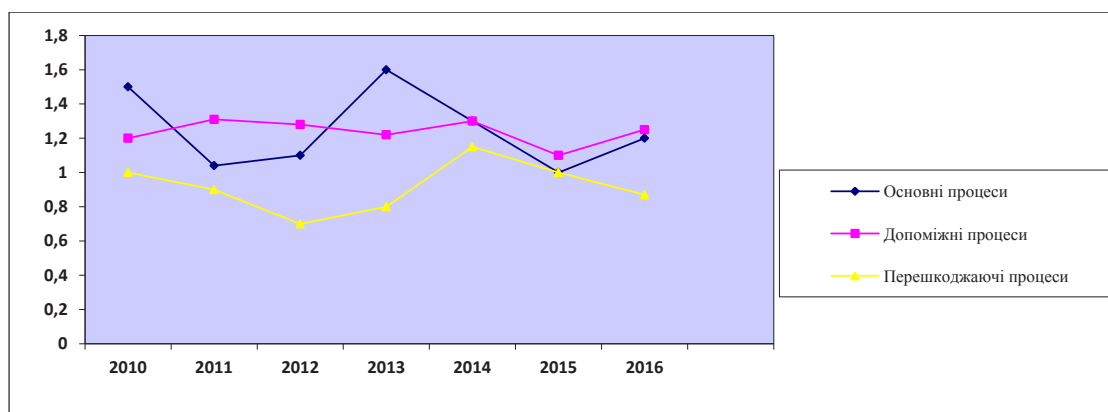


Рис. 2. Динаміка темпів зростання показників основних, допоміжних і перешкоджаючих процесів

Джерело: побудовано автором на основі проведеного дослідження

вану взаємодію пересічного типу, при цьому відносний результат перешкоджаючих процесів змінюється в напрямку основних. Така неупорядкована взаємодія відображає неузгодженість процесів, а це свідчить про те, що маркетингові заходи, що проводяться на регіональному рівні, мають поодинокий характер і не пов'язані між собою.

Неупорядкована взаємодія пересічного типу, що є характерною для Черкаської області, приводить до того, що незначне зниження середніх темпів зростання результатів допоміжних процесів має наслідком уповільнення темпів зростання результатів основних процесів. Загалом це факт відсутності у регіону спеціалізації, а імідж такого регіону не визначено.

Використовуючи динамічний принцип, ми розраховували узгодженість процесів у формуванні маркетингового потенціалу за допомогою введення коефіцієнта близькості рангів, що враховує коефіцієнти Спірмена і Кендалла [9].

Результати оцінки узгодженості процесів у формуванні маркетингового потенціалу Черкаської області представлено у табл. 1, 2. Відповідно до запропонованої нами методики абсолютна оціночна шкала узгодженості процесів у формуванні маркетингового потенціалу варіюється в межах від 0 до 3 (табл. 3).

Низьке значення узгодженості процесів свідчить про те, що у регіону немає спеціалізації, а маркетинговий потенціал такої системи не формується. Головними завданнями суб'єктів маркетингу території тоді є встановлення і забезпечення організаційного впливу щодо формування маркетингового потенціалу та узгодженості дій під час розроблення маркетингових стратегій, спрямованих на залучення тієї чи іншої групи споживачів території за постійного

моніторингу змін, які відбуваються у зовнішньому і внутрішньому середовищі.

Значення узгодженості процесів в діапазоні 1–2 свідчить про те, що окремі маркетингові заходи в регіоні проводяться, але їх ефективність знижена, оскільки наявний факт відсутності управлінських взаємозв'язків.

Отже, формування маркетингового потенціалу подібної системи ускладнене інституційними факторами, а саме недосконалістю системи законодавчих актів всіх рівнів, державного управління, інфраструктури регіонального ринку, рівня розвитку освіти і науки, культурних і релігійних цінностей і, як наслідок, поведінкових особливостей споживачів.

Високий рівень узгодженості процесів підтверджує, що регіональна влада має чітке уявлення про те, хто є її цільовою аудиторією і чого вона хоче досягти. Тобто маркетингові стратегії в таких системах орієнтовані на результат – задоволення потреб споживачів території і, як наслідок, залучення потенційних ресурсів у відтворювальному процесі.

Результати оцінки узгодженості процесів на практиці можуть застосовуватися в прогнозуванні показників соціально-економічного розвитку регіону та виборі маркетингової стратегії залежно від поставлених цілей щодо утримання або залучення певних груп споживачів території, визначених експертним шляхом, з огляду на наявні ресурси на основі проведення SWOT-аналізу території.

Для цілей прогнозування може бути використано регресійний аналіз, що відображає залежність середніх темпів зростання результатів основних процесів від допоміжних. Якщо пріоритетними для виконавчих органів державної влади є досягнення прогнозних

Таблиця 1. Середні значення темпів зростання показників основних, допоміжних і перешкоджаючих процесів в Черкаській області

Найменування блоку показників	Середні значення темпу зростання результатів основних, допоміжних і перешкоджаючих процесів згідно з періодом						
	2010 рік	2011 рік	2012 рік	2013 рік	2014 рік	2015 рік	2016 рік
Блок 1 (основні процеси)	1,050	0,901	1,153	1,049	1,201	1,117	1,073
Блок 2 (допоміжні процеси)	1,049	0,980	1,136	1,118	1,040	1,109	1,168
Блок 3 (перешкоджаючі процеси)	1,066	1,053	0,933	0,903	0,994	0,972	1,014

Джерело: розраховано автором на основі проведеного дослідження

Таблиця 2. Результати оцінки узгодженості процесів у формуванні маркетингового потенціалу Черкаської області

Роки	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Коеф. Спірмена	0,376	–0,268	0,379	0,344	0,768	0,482	0,238
Коеф. Кендалла	0,250	–0,200	0,267	0,233	0,550	0,350	0,167
N	1,290	0,439	1,310	1,243	2,055	1,501	1,083
Оцінка узгодженості процесів	1,46						

Джерело: розраховано автором на основі проведеного дослідження

Таблиця 3. Шкала присвоєних значень

Оцінка узгодженості процесів у формуванні маркетингового потенціалу	Присвоєні значення	Результат (задоволення/незадоволення)
Низько	0–1	Незадоволення потреб споживачів території
Помірно	1–2	Середній рівень задоволення потреб споживачів території
Високо	2–3	Повне задоволення потреб споживачів території

Джерело: розраховано автором на основі проведеного дослідження

показників, то під час розроблення прогнозів соціально-економічного розвитку регіону на довгострокову перспективу слід враховувати отримані темпи зростання. Наприклад, рівняння лінійної регресії, яке побудоване на основі отриманої оцінки узгодженості процесів і яке описує залежність середніх темпів зростання основних процесів від допоміжних і перешкоджаючих, для Черкаської області на основі показників 2016 року виглядає так:

$$T_{30} = T_{3д} + T_{3п}, \quad (2)$$

$$T_{30} = 1,168 + 1,014 = 2,182, \quad (3)$$

де T_{30} – середній темп зростання у блоці основних процесів; $T_{3д}$ – середній темп зростання у блоці допоміжних процесів; $T_{3п}$ – середній темп зростання у блоці перешкоджаючих процесів.

Коефіцієнт регресії, що дорівнює 1,014, означає, що якщо середній темп зростання допоміжних процесів збільшиться на 1 процентний пункт при незмінному середньому темпі зростання перешкоджаючого, то середній темп зростання основних процесів збільшиться на 1,014 процентних пункту.

Оскільки збільшення темпів зростання результатів допоміжних процесів формує інфраструктуру території і додає цінності споживчій системи, то, на нашу думку, для формування маркетингового потенціалу Черкаської області слід застосовувати інструменти маркетингу інфраструктури та маркетингу потреб споживачів.

Висновки з проведеного дослідження. На нашу думку, маркетинговий потенціал території – це сукупна здатність соціально-економічної системи до розвитку шляхом задоволення в повному обсязі потреб груп споживачів території за рахунок наявних і потенційних

ресурсів. Інтеграція всередині маркетингового процесу на регіональному рівні дає змогу виявити таку траєкторію розвитку соціально-економічної системи, за якої задоволення потреб пріоритетних груп споживачів буде покладено в основу прогнозування.

Результати формування маркетингового потенціалу території відображаються на її соціально-економічному розвитку. Ці результати виправдають себе, якщо потреби споживачів території будуть задоволені шляхом раціональної організації наявних ресурсів.

Результати оцінки процесів маркетингових стратегій можуть застосовуватися в прогнозуванні показників соціально-економічного розвитку регіону та виборі маркетингової стратегії залежно від поставлених цілей щодо утримання або залучення певних груп споживачів території, визначених експертним шляхом, з огляду на наявні ресурси на основі проведення SWOT-аналізу території.

Для цілей прогнозування може бути використано регресійний аналіз, що відображає залежність середніх темпів зростання результатів основних процесів від допоміжних.

Отже, для проведення оцінки маркетингового потенціалу аграрної сфери у соціально-економічному прогнозуванні найліпше застосовувати інструменти маркетингу інфраструктури та маркетингу потреб споживачів.

З огляду на вищевикладене подальші дослідження слід проводити в напрямі активізації робіт з формування маркетингового потенціалу території на основі прогнозування динаміки показників, що характеризують результати маркетингових процесів, що сприятиме завчасному запобіганню та нівелюванню негативних змін у соціально-економічному розвитку регіону.

1. Аренков И. Модель формирования маркетингового потенциала территории / И. Аренков, Б. Айба // *Проблемы современной экономики*. – 2014. – № 1 (49). – С. 149–152.
2. Бичікова Л. Роль та місце регіонального маркетингу в системі регіональної політики / Л. Бичікова // *Наука и образование : сб. тр. IV междунар. науч.-метод. конф.* – Х., 2013. – С. 139–141.
3. Вдовенко Ю. Маркетинг регіонів як складова стратегічного розвитку територій / Ю. Вдовенко // *Вісник Чернігівського державного технологічного університету*. – 2010. – № 46. – 361 с.
4. Головня Ю. Маркетингові детермінанти соціально-економічного розвитку регіону / Ю. Головня // *Збірник наукових праць ЧДТУ*. – Вип. 38. – Ч. 2. – Черкаси : ЧДТУ, 2014. – С. 67–72.
5. Жердева О. Методы и приемы маркетингового анализа территории / О. Жердева // *Маркетинг и маркетинговые исследования*. – 2006. – № 2 (62). – С. 110–119.
6. Офіційний сайт Державної служби статистики України. – 2017 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.ukrstat.gov.ua>.
7. Офіційний сайт Черкаської обласної державної адміністрації [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://ck-oda.gov.ua>.
8. Hayek F.V. Die Verwertung des Wissens in der Geseleschaft / F.V. Hayek // *Individualismus und Wirtschaftliche Ordnung*. 2. Aufl. Salzburg. 1976. – S. 103.
9. Kendall M. Rank correlation methods / M. Kendall. – London : Griffin, 1970. – 170 p.
10. Kotler Ph. Marketing Places: Attracting Investment, Industry, and Tourism to Cities, States, and Nations / Ph. Kotler. – New York : Free Pr. 1993. – 388 p.

E-mail: ray80@ukr.net

УДК 614.2:[331.2:616:353.1]:342

Рудень В.В.

доктор медичних наук, професор,
завідувач кафедри соціальної медицини,
економіки та організації охорони здоров'я,
Заслужений лікар України,
Львівський національний медичний університет
імені Данила Галицького

**ПРО РИЗИКИ В ЗАКОНОДАВЧОМУ ЗАПРОВАДЖЕННІ В УКРАЇНІ
ЕКОНОМІЧНОГО МЕХАНІЗМУ ОПЛАТИ НАДАНИХ МЕДИЧНИХ ПОСЛУГ НАСЕЛЕННЮ
«ГРОШІ ХОДЯТЬ ЗА ПАЦІЄНТОМ» ТА ШЛЯХИ ЇХ МІНІМІЗАЦІЇ
НА РІВНІ СІЛЬСЬКИХ ОБ'ЄДНАНИХ ТЕРИТОРІАЛЬНИХ ГРОМАД**

Наукове обґрунтування можливої зміни на законодавчому рівні в системі медичного обслуговування населення України наявного механізму оплати отриманих медичних послуг населенню «гроші ходять за інфраструктурою» на медично-економічну технологію «гроші ходять за пацієнтом» за її впровадження на рівнях медичної допомоги дало змогу встановити як зовнішні, так і внутрішні перешкоди на шляху ефективного процесу управління цим нововведенням організаційного змісту. Автором науково змодельований механізм мінімізації окреслених ризиків на первинному рівні медичної допомоги в умовах децентралізації влади в країні. Для цього необхідно адміністрації сільських об'єднаних територіальних громад за активної участі їх населення на первинному рівні медичної допомоги організувати громадські об'єднання «Багатоканальність у фінансуванні наданої медичної послуги», що дасть змогу значно розширити межі державного тарифу на річне медичне обслуговування одного пацієнта та пакет гарантованого державою рівня медичної допомоги.

Ключові слова: державний тариф, гарантований державою рівень, «гроші ходять за пацієнтом», перешкоди, сільська об'єднана територіальна громада, багатоканальність у фінансуванні.

**О РИСКАХ В ЗАКОНОДАТЕЛЬНОМ ВНЕДРЕНИИ В УКРАИНЕ
ЭКОНОМИЧЕСКОГО МЕХАНИЗМА ОПЛАТЫ ПРЕДОСТАВЛЕННЫХ
МЕДИЦИНСКИХ УСЛУГ НАСЕЛЕНИЮ «ДЕНЬГИ ХОДЯТ ЗА ПАЦИЕНТОМ»
И ПУТЯХ ИХ МИНИМИЗАЦИИ НА УРОВНЕ
СЕЛЬСКИХ ОБЪЕДИНЕННЫХ ТЕРРИТОРИАЛЬНЫХ ОБЩИН**

Рудень В.В.

Научное обоснование возможных изменений на законодательном уровне в системе медицинского обслуживания населения Украины имеющегося механизма оплаты полученных медицинских услуг населению «деньги ходят за инфраструктурой» на медико-экономическую технологию «деньги ходят за пациентом» при ее внедрении на уровнях медицинской помощи позволило установить как внешние, так и внутренние препятствия на пути эффективного процесса управления данным нововведением организационного содержания. Автором научно смоделирован механизм минимизации определенных рисков на первичном уровне медицинской помощи в условиях децентрализации власти в государстве. Для этого необходимо администрации сельских объединенных территориальных общин при активном участии их населения на первичном уровне медицинской помощи организовать общественные объединения «Многоканальность в финансировании оказанной медицинской услуги», что значительно расширит пределы государственного тарифа на годовое медицинское обслуживание одного пациента и пакет гарантированного государством уровня медицинской помощи.

Ключевые слова: государственный тариф, гарантированный государством уровень, «деньги ходят за пациентом», препятствия, сельская объединенная территориальная община, многоканальность в финансировании.

**ABOUT THE RISKS IN THE LEGISLATIVE IMPLEMENTATION OF ECONOMIC MECHANISM
TO PAY THE PROVIDED MEDICAL SERVICES TO THE POPULATION IN UKRAINE
“MONEY FOLLOWS THE PATIENT” AND WAYS OF THEIR MINIMIZATION
AT THE LEVEL OF THE RURAL UNITED TERRITORIAL COMMUNITIES**

Ruden' V.

Scientific substantiation of a possible change at the legislative level in the system of medical service of the population of Ukraine the existing mechanism for payment of received medical services to the population “money follows infrastructure” on medical and economic technology “money follows the patient” at its implementation it was possible to establish both external and internal obstacles on the way of an effective process of managing this innovation in practical health care.

The author had scientifically modeled the mechanism of minimization of the abovementioned risks at the primary level of medical care in conditions of decentralization of power in the country. The administrations of rural united territorial communities should organize public associations with the active participation of their population at the primary level of medical care "Multi-channel financing of the provided medical service", which would significantly expand the boundaries of the state tariff for annual medical service of one patient and a state-guaranteed package level of medical care for this category of population.

Key words: state tariff, state-guaranteed level, "money follows the patient", obstacles, rural united territorial community, multi-channel financing.

Постановка проблеми. Аналіз наукових матеріалів про функціонування наявних класичних типів організації систем охорони здоров'я чи їх варіантів у різних за рівнем економічного розвитку країнах світу у контексті виняткового права ефективного розвитку переконливо засвідчує, що основу їх результативної діяльності складає аж ніяк не найвища цінність Людини – її життя та здоров'я [1], а стан фінансування медичної галузі [2; 3].

Власне, розгляд використання грошового ресурсу в медичній практиці переконливо засвідчує як значну різноманітність у країнах світу форм, методів, напрямів та їх комбінацій у використанні коштів для забезпечення надання медичних послуг (МП) населенню, так і ступінь співучасті в розподілі фінансових потоків держави, громадянського суспільства та приватних коштів пацієнтів [4].

При цьому важливо говорити і про те, що рівень фінансового забезпечення медичної галузі визначається як чутливістю стану економічної ситуації будь-якої країни до наявних змін чи її стабільності, так і непомірним впливом на структуру витрат у бюджеті на охорону здоров'я вторинного/спеціалізованого та третинного/високоспеціалізованого рівнів надання медичної допомоги [5].

У контексті останнього доцільно зауважити, що, власне, стаціонарна медична допомога у низці країн світу була і є підставою для вкрай непопулярних урядових заходів у питанні стримування витрат державних коштів на фінансування лікарень та переорієнтацію частини бюджету на первинну допомогу [6]. При цьому найважливішою тенденцією у розвитку систем охорони здоров'я економічно розвинених країн є не стільки зміщення пріоритету до максимальної економії фінансових витрат у наданні населенню МП, скільки переорієнтація на максимальну ефективність використання задіяних ресурсів [7].

Не винятком у цьому є і процес зміни принципів фінансування надавачів МП у чинній системі охорони здоров'я України, коли за жалюгідного бюджетного фінансування медичної галузі вже не одне десятиліття ведеться пошук шляхів раціонального використання коштів, що в кінцевому результаті відповідало б рекомендаціям ВООЗ – «при помірних фінансових витратах більш високу якість лікування» [8].

Проте якщо бути правдивим, то за запровадження гарантованого державою для населення обсягу медичної допомоги на первинному рівні та нового принципу фінансування медичної галузі «гроші ходять за пацієнтом» в Україні коштів на оплату отриманих МП пацієнтам завжди не вистачатиме, що й робить напрацювання механізмів додаткового їх фінансування актуальним та своєчасним у власному змісті.

Постановка завдання. Метою статті є наукове обґрунтування перешкод на шляху законодавчого запро-

вадження в Україні механізму оплати наданих медичних послуг населенню «гроші ходять за пацієнтом» та шляхів їх мінімізації на рівні сільських об'єднаних територіальних громад в умовах децентралізації влади.

Результати наукової роботи отримані з використанням кваліметричного, ретроспективного, абстрактного методів дослідження, а також методів описового моделювання, дедуктивного освідомлення, структурно-логічного аналізу з урахуванням принципів системності та вимог теорії управління змінами.

Виклад основного матеріалу дослідження. Нині українська охорона здоров'я, як ніколи за останні десятиліття, має унікальний шанс змінити принцип фінансування наданих МП. Для цього необхідно всупереч всім наявним негараздам в медицині досить рішуче відмовитися в чинній системі охорони здоров'я України від наявної домінанти «гроші ходять за інфраструктурою», запровадивши при цьому механізм оплати отриманих МП населенню «гроші ходять за пацієнтом», який доказав власну ефективність у різні суспільно-економічні періоди розвитку високоцивілізованих країн світу ще з часів Древнього Риму.

Базисом цьому сьогодні в Україні слугує активний процес децентралізації влади на рівні сільських/селищних та міських громад [9], де повноваження у питанні відповідальності за стан здоров'я населення покладені на їх же виконавчі органи. Окрім того, саме процес децентралізації влади в Україні для населення ОТГ передбачає запровадження нової моделі фінансування МП на первинному рівні медичної/кваліфікованої допомоги.

З огляду на це МОЗ України запропонувало медичній практиці законодавче підґрунтя цього механізму [10], що увінчалось прийняттям 8 червня 2017 р. народними депутатами законопроекту «Про державні фінансові гарантії надання МП та лікарських засобів» з відповідними зауваженнями та пропозиціями в першому читанні за основу.

Саме ці рішучі реформаторські кроки та прийнятий Верховною Радою України Закон від 6 квітня 2017 р. за № 2002-VIII, який передбачає автономізацію державних та комунальних закладів охорони здоров'я, нарешті, теоретично започатковують для української охорони здоров'я реальні кроки у процесі реформування медичної галузі.

Запроваджуючи до практичної системи охорони здоров'я України принцип фінансування МП «гроші ходять за пацієнтом», доречно говорити про впровадження нової системи фінансування в медичній галузі, що приводить до зміни умов діяльності в медичній галузі, не змінюючи при цьому основ у стосунках «пацієнт – лікар/медичний заклад», викорінюючи цим самим неефективний метод використання бюджетних коштів «гроші ходять за інфраструктурою».

Процес управління новою системою фінансування медичної галузі «гроші ходять за пацієнтом» поля-

гає у здійсненні цілеспрямованого впливу керуючого суб'єкта (в даному випадку – МОЗ України) на пропонувану систему з метою досягнення нею бажаного результату.

З позиції системного аналізу суб'єктом управління у цьому випадку виступає стан здоров'я населення первинного рівня медичного обслуговування/громади та сама медично-економічна технологія «гроші ходять за пацієнтом», тоді як об'єктом управління слугує вартість своєчасної, гарантованої та якісної МП з власною ефективністю (медичною, соціальною, економічною), яка надана пацієнту на первинному, вторинному та третинному рівнях медичної допомоги (рис. 1).

Важливим у процесі управління репрезентованою моделлю є наявність зворотного зв'язку поміж складовими управління у вигляді перешкод/завад, що певною мірою денівелюватиме ефективність у практичній реалізації пропонованого механізму в розрахунку за надані МП.

Наявні перешкоди під час запровадження технології «гроші ходять за пацієнтом» як системи на первинному рівні медичного обслуговування, на нашу думку, за змістом розподіляються на зовнішні (А) та внутрішні (Б) (табл. 1).

Сподіватися за наявності в державі кризової економічної ситуації, що для порятунку стану здоров'я української людності завтра впаде з неба «манна небесна», а відразу здійсниться збільшення бюджету на охорону здоров'я та заявлена величина державного тарифу на річне обслуговування одного пацієнта; значно покращиться фінансове благополуччя мешканців, а населення «на ура» сприйме участь у співоплаті отриманих МП; лікарі сприятимуть появі інвестицій в медичне обслуговування, котрі прийдуть на зміну медичній корупції; МОЗ України одужає від «Танталових мук»; медична громадськість та українське суспільство нарешті позбудуться ілюзій в «Платонівських печерах» і за їх межами прозріють та чітко усвідомлять потребу в реформуванні медичної галузі та підтримають пропоновані ідеї, скорегувавши їх в кращий бік, а застарілі управлінці та лікарі підпадуть під чистку «Авгієвих стаєнь», – це поки що марна справа і справа, яка потребує часу.

Тому у цьому контексті важливо говорити про шляхи мінімізації встановлених перешкод на шляху ефективної реалізації ідеї реформаторського змісту – розрахунку за отримані населенням МП за використання механізму «гроші ходять за пацієнтом», чим заперекувати її.

Архіважливість цього, на нашу думку, пояснюється тим, що наявна поки що «семашківська» система охорони здоров'я на третьому десятку незалежності вже сповна вичерпує наявний ресурс, тоді як громадське здоров'я з кожним роком все більше погрузається до кризового стану.

Механізмом мінімізації встановлених ризиків у законодавчому запровадженні в Україні до практичної охорони здоров'я організаційно-управлінської технології економічного змісту в оплаті наданих МП пацієнтам «гроші ходять за пацієнтом», а також запропоновані на рівні МОЗ України державний тариф на річне медичне обслуговування одного пацієнта та пакет гарантованого державою рівня медичної допомоги є організація всередині чинної системи медичного обслуговування на первинному рівні підсистеми «Багатоканальність у фінансуванні наданої медичної послуги» (БФНМП) для населення сільських ОТГ.

Впровадження цієї моделі на рівні ОТГ, на нашу думку, аргументується тим, що:

– заявлені МОЗ України державний тариф на річне медичне обслуговування одного пацієнта та пакет гарантованого державою рівня медичної допомоги, що забезпечуватимуть мінімум здоров'я, завжди будуть фінансово недостатніми для населення в оплаті отриманих МП, що значно скоротить як їх доступність, так і в обсяг та якість;

– законодавець в Україні до відання виконавчих органів ОТГ відніс повноваження у сфері управління охороною здоров'я населення даних територій, що одночасно робить їх юридично відповідальними за зміцнення та збереження здоров'я мешканців та покладає на адміністрації обов'язки у додатковому до державного фінансування медичної допомоги.

Як модель БФНМП на рівні об'єднаної території поєднує у власному змісті частину А та Б (рис. 2).

Складова А – це фінансування медичних послуг потребуючим мешканцям ОТГ як за кошти державного (програма «Реімбурсація ліків»; відповідні цільові медичні програми), так і обласного бюджетів (екстрена медична допомога; наявні цільові медичні програми).

Елемент Б передбачає організацію ГО «Каса хворих» серед населення ОТГ, що варто трактувати як додаткове джерело фінансування потреби в МП за рахунок солідарно накопичених цільових персоналізованих внесків як юридичних і фізичних осіб та реакцію населення на обмежені можливості державного фінансування щодо забезпечення якісної та доступної медичної допомоги.

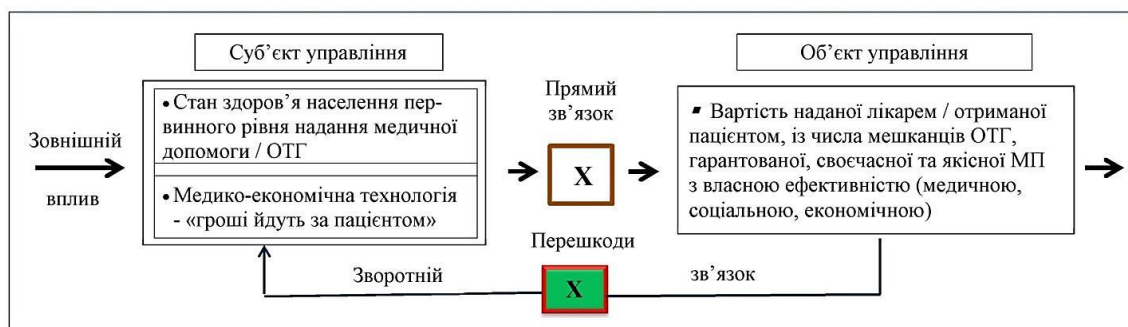


Рис. 1. Модель управління медико-економічною технологією «гроші ходять за пацієнтом» в медичному обслуговуванні сільського населення об'єднаної територіальної громади

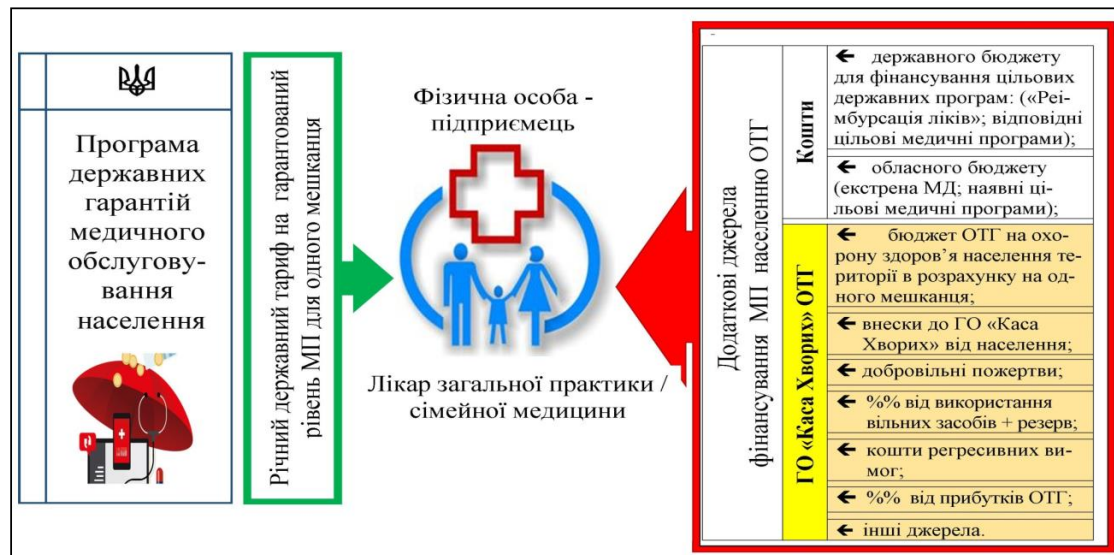


Рис. 2. Модель підсистеми багатоканальності у фінансуванні отриманих медичних послуг населенням сільської ОТГ

Таблиця 1. Наявні перешкоди під час запровадження технології «гроші ходять за пацієнтом»

ПЕРЕШКОДИ на шляху ефективного впровадження медично-економічної технології «гроші ходять за пацієнтом»	
Зовнішні (А)	Внутрішні (Б)
А-1 Жалюгідне виділення на порятунок та збереження здоров'я населення України бюджетних коштів у 2,8% від ВВП.	Б-1 Сьогодні «рішучі дії» очільників МОЗ України в питанні активізації процесу реформування медичної галузі нагадують «Муки Тантала».
А-2 Бюджет держави на медицину формується за принципом «з повітря».	Б-2 Наявність уже «сформованої» серед більшості медичної громадськості та українського суспільства так званої невтішної культурної уяви та патерналізму щодо необхідності процесу реформування медичної галузі на зразок «Платонівських печер».
А-3 Можливість відміни наявної медичної субвенції місцевим бюджетам з коштів державного бюджету.	Б-3 Безконтрольність та безкарність з боку чинної виконавчої та законодавчої влади всіх рівнів до значної частини медичної громадськості, котра «руки нагріває» на так нелюбимий ними радянській системі охорони здоров'я та здоров'ї хворого населення, не інвестуючи до неї з отриманого абсолютно нічого.
А-4 Маніфестований на рівні МОЗ України гарантований державою для населення обсяг медичної допомоги на первинному рівні в 370 грн., що є недостатнім для забезпечення як мінімального обсягу, так і мінімальної якості медичної допомоги.	Б-4 Наявні поодинокі закупівлі будь-якого устаткування чи поточні ремонти (про капітальні годі й говорити!) приміщень за бюджетні кошти чи гроші «добрих людей» носять епізодичний характер на місцях, і, не вносячи реформаторського духу до ще «тілючої» «сешашківської» медичної галузі, «дірка латається діркою».
А-5 Непередбаченість страхового покриття на суму виплати (370 грн.) на одного пацієнта на первинній ланці медичної допомоги.	Б-5 Наявність у комунальних медичних закладах районних, міських та обласних центрів України із числа пенсіонерів головних лікарів, їх заступників, завідувачів структурних підрозділів, лікарів (майже 40%), а також лікарів, котрі працюють не на повну ставку (неповна зайнятість), особливо в містах.
А-6 Відсутність єдиної узагальненої калькуляції по розрахунку гарантованих медичних послуг.	
А-7 Нехтування зобов'язаннями для пацієнтів брати співучасть в оплаті МП за рахунок власних коштів.	
А-8 Необгрунтований перехід у процесі надання медичних послуг на міжнародні клінічні настанови, медичні стандарти та клінічні протоколи без адаптації їх до ресурсної бази практичної охорони здоров'я.	
Б-6 Існування «стихійного ринку» в оплаті медичних послуг пацієнтом/його родиною лікуючому лікарю.	
Б-7 Відсутність на додипломному етапі навчання кафедр біостатистики та доказової медицини, менеджменту та маркетингу, економіки охорони здоров'я, де б на академічному рівні вивчалися майбутніми лікарями основи системного аналізу та доказової медицини, управлінські, економічні та фінансові дисципліни, що відповідало б змісту ринкових перетворень у системі медичної допомоги та процесу реформування медичної галузі.	

Окрім щомісячних грошових внесків населення до «Каси Хворих», залучаються можливі добровільні пожертви благодійників, зараховуються відсотки від використання вільних засобів та резерву страхової каси, прибутків від регресивних вимог.

Розумним було б, щоб адміністрація ОТГ скеровувала на фінансові рахунки ГО «Каса Хворих» кошти бюджету, виділеного на збереження і зміцнення здоров'я своїх мешканців у розрахунок на одну особу, а також певну частину відсотків від річних власних прибутків. Не нехтуються й інші додаткові джерела фінансування медичної допомоги населенню, які зараховуються до «Каси Хворих» ОТГ.

В Україні сьогодні організовані та функціонують понад 200 таких об'єднань у більшості регіонів країни, серед яких вже не одне десятиліття з власним досвідом успішно функціонують «Лікарняна каса Житомирської області», благодійна організація «Лікарняна каса Полтавщини» тощо, що засвідчує, як громадські об'єднання самостійно на засадах громадсько-солідарної участі забезпечують доступною і якісною медичною допомогою своїх членів в умовах обмеженого державного фінансування охорони здоров'я.

Висновки з проведеного дослідження. Отримані результати переконливо засвідчують, що:

– пропонується на законодавчому рівні нова система фінансування оплати наданих МП пацієнтам «гроші ходять за пацієнтом», а також запропоновані на рівні МОЗ України державний тариф на річне медичне обслуговування одного пацієнта та пакет гарантованого державою рівня медичної допомоги, незважаючи на їх ефективність та доцільність у використанні в економічно розвинених країнах світу, звісно, не позбавлені ризиків у процесі впровадження до практичної охорони здоров'я в Україні, що вимагає пошуку відповідних шляхів їх мінімізації;

– організація всередині чинної системи медичного обслуговування на первинному рівні підсистеми «Багатоканальність у фінансуванні наданої медичної послуги» для населення сільських ОТГ дасть змогу значною мірою мінімізувати наявні перешкоди на шляху впровадження медично-технологічної технології «гроші ходять за пацієнтом», що значно покращить забезпечення допомогою мешканців об'єднаних територій доступною і якісною медичною допомогою в умовах обмеженого державного фінансування охорони здоров'я.

1. Кіндзерський В. І. Роль міжнародного та конституційного законодавства в формуванні системи охорони здоров'я в Україні / В.І. Кіндзерський // *Медичне право України: правовий статус пацієнтів в Україні та його законодавче забезпечення (генезис, розвиток, проблеми та перспективи вдосконалення) : матеріали II Всеукраїнської науково-практичної конференції (17–18 квітня 2008 р.)*. – Львів (Україна) [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://medicallaw.org.ua/uploads/media/02_137_01.pdf.

2. Рудень В.В. Фінансування професійної діяльності лікарів у різні історичні епохи розвитку суспільств світу (огляд літератури) / В.В. Рудень, М.М. Мудра // *Україна. Здоров'я нації*. – 2010. – № 4 (16). – С. 130–139.

3. Теннер М. Погляд на системи охорони здоров'я у світі / М. Теннер [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://gukr.com/article2669.html>.

4. Финансирование здравоохранения: альтернативы для Европы / [ред. Э. Моссиалос, А. Диксон, Ж. Фигерас, Д. Кутцин] ; пер. с англ. – М. : Весь Мир, 2002. – 352 с. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.euro.who.int/_data/assets/pdf_file/0004/98311/E74485R.pdf/

5. Реформа больниц в новой Европе / [Ж. Фигерас, М. Макки, Э. Моссиалос, Р.Б. Солтман] ; пер. с англ. – М. : Весь Мир, 2002. – 320 с. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [tp://www.euro.who.int/_data/assets/pdf_file/0005/98402/E74486R.pdf?ua=1](http://www.euro.who.int/_data/assets/pdf_file/0005/98402/E74486R.pdf?ua=1).

6. Шарабчиев Ю.Т. Новая парадигма здравоохранения и основные направления адекватных реформ. Сообщение 1. Финансирование здравоохранения / Ю.Т. Шарабчиев, Т.В. Дудина // *Медицинские новости*. – 2006. – № 10. – С. 49–59. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.mednovosti.by/journal.aspx?article=702>.

7. Финансирование здравоохранения в Европейском Союзе. Проблемы и стратегические решения / [С. Томсон, Т. Фобстер, Э. Мосселос] // *Серия исследований Европейской обсерватория по системам и политике здравоохранения. ВОЗ*. – 2010. – Вып. 17. – 241 с. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.euro.who.int/_data/assets/pdf_file/0016/126025/e92469R.pdf?ua=1.

8. Доклад о состоянии здравоохранения в мире, 2010 г. Финансирование систем здравоохранения. Путь к всеобщему охвату населения медико-санитарной помощью. – Женева : ВОЗ, 2010. – 106 с. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://apps.who.int/iris/bitstream/10665/44371/4/9789244564028_rus.pdf.

9. Про місцеве самоврядування в Україні : Закон України від 21 травня 1997 р. № 280/97-ВР [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/280/97-%D0%B2%D1%80>.

10. Про державні фінансові гарантії надання МП та лікарських засобів : проект Закону ВР України від 10 квітня 2017 р. № 6327 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://w1.c1.rada.gov.ua/pls/zweb2/webproc4_1?Pf3511=61566.

E-mail: vruden@ukr.net

УДК 338.46(045)

Сіренко С.О.

кандидат технічних наук, доцент кафедри
товарознавства, експертизи та торговельного підприємництва,
Вінницький торговельно-економічний інститут
Київського національного торговельно-економічного університету

Мережко Н.В.

доктор технічних наук, професор,
завідувач кафедри товарознавства та митної справи,
Київський національний торговельно-економічний університет

Тернова А.С.

кандидат технічних наук, доцент кафедри
товарознавства, експертизи та торговельного підприємництва,
Вінницький торговельно-економічний інститут
Київського національного торговельно-економічного університету

ОСОБЛИВОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ СФЕРИ ПОСЛУГ В РИНКОВОМУ СЕРЕДОВИЩІ УКРАЇНИ

У статті дано особливості діяльності підприємств сфери послуг на ринку України, зокрема зменшення обсягів виробництва реалізованої продукції великими підприємствами за збільшення обсягів середніми та малими, в тому числі мікропідприємствами, в яких зберігаються переважно готівкові гроші, а також домінує малий бізнес, а значна частина підприємств сфери послуг знаходиться в сегменті тіньової економіки. Зосереджено увагу на питаннях фінансування таких видів послуг, як освітянські послуги професійно-технічних закладів, деяких медичних установ тощо, в контексті реформи місцевого самоврядування та виведення малих підприємств з тіньового сектору. Потребують вдосконалення стандарти обслуговування та впровадження систем управління якістю, а також підвищення інноваційності підприємств цієї галузі.

Ключові слова: послуги, сфера послуг, ринок послуг, якість послуг, децентралізація, перспективи розвитку сфери послуг.

ОСОБЕННОСТИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ СФЕРЫ УСЛУГ В РЫНОЧНОЙ СРЕДЕ УКРАИНЫ

Сиренко С.А., Мережко Н.В., Терновая А.С.

В статье даны особенности деятельности предприятий сферы услуг на рынке Украины, в частности уменьшение объемов производства реализованной продукции крупными предприятиями при увеличении объемов средними и малыми, в том числе микропредприятиями, в которых хранятся в основном наличные деньги, а также доминирует малый бизнес, а значительная часть предприятий сферы услуг находится в сегменте теневой экономики. Сосредоточено внимание на вопросах финансирования таких видов услуг, как образовательные услуги профессионально-технических заведений, некоторых медицинских учреждений и т. д., в контексте реформы местного самоуправления и вывода малых предприятий из теневых секторов. Требуют совершенствования стандарты обслуживания и внедрение систем управления качеством, а также повышение инновационности предприятий данной отрасли.

Ключевые слова: услуги, сфера услуг, рынок услуг, качество услуг, децентрализация, перспективы развития сферы услуг.

FEATURES OF ACTIVITY OF SERVICE ENTERPRISES IN THE MARKET ENVIRONMENT OF UKRAINE

Sirenko S., Merezhko N., Ternova A.

The article describes the peculiarities of activity of the enterprises of the sphere of services in the Ukrainian market, in particular, the reduction of volumes of production of sold products by large enterprises with the increase of volumes of medium and small ones, including micro enterprises, in which cash is mostly stored and small business dominates. A significant part of the services sector is located in the shadow economy segment. The focus is on issues related to financing such types of services as educational services of vocational schools, some medical institutions, etc. in the context of the reform of local self-government and the withdrawal of small enterprises from the shadow sector. The standards of service and implementation of quality management systems, as well as enhancement of innovation of enterprises in this sector, will need to be improved.

Keywords: services, sphere of services, market of services, quality of services, decentralization, prospects of development of the sphere of services.

Постановка проблеми. Попит на види послуг, особливо сучасні, спонукає до створення великої кількості підприємств, які динамічно впливають на ситуацію на ринку послуг в Україні, при цьому збільшується частка населення, зайнятого в їх створенні.

У зв'язку з реформою органів місцевого самоврядування окремі види послуг будуть повністю або частково фінансуватися за рахунок місцевих бюджетів.

Особливостями ринку послуг в Україні є зменшення обсягів виробництва реалізованої продукції великими підприємствами за збільшення обсягів середніми, малими, в тому числі мікропідприємствами.

Актуальність статті зумовлюється необхідністю дослідження особливостей діяльності сфери послуг в ринковому середовищі України та визначення шляхів їх стабілізації.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Суттєвий внесок в дослідження цієї проблеми здійснили такі вчені, як, зокрема, К.Р. Макконелл, Н.І. Федоронько, Н.О. Ковальчук, С.З. Весперіс, Т.О. Данилюк, М.П. Сагайдак, І.О. Пойта, Р.А. Заблоцька.

Постановка завдання. Метою статті є аналіз окремих питань діяльності підприємств у сфері послуг для визначення можливих напрямів її удосконалення.

Виклад основного матеріалу дослідження. Ринок послуг в Україні є складною системою господарських зв'язків між продуцентами послуг та їх споживачами, а сфера послуг є сукупністю галузей та підгалузей, які виробляють та реалізують як матеріальні, так і нематеріальні послуги для населення.

В розвинених країнах послуги відіграють основну роль і характеризуються високими динамізмом та швидкістю обігу капіталу, чутливістю до ринкової кон'юнктури у зв'язку з неможливістю їх збереженості.

В умовах постіндустріального суспільства такі сфери послуг, як, зокрема, технічна, наукова, страхова, освітня діяльність, соціальні послуги, сфера розважальних послуг, активно розвиваються, а їх частки в структурі ВВП, згідно з різними даними, становлять від 50% до 75%, при цьому в даній сфері зайнято більше половини працездатного населення.

Глобалізація бізнесу привела до збільшення попиту на такі види послуг, як, зокрема, транспортні, страхові, банківські.

Особливістю світового ринку послуг є те, що зростання науково-технічного прогресу збільшує попит на виробничі послуги (інжиніринг, лізинг) та післяпродажні (ремонт, кредит).

Ринок послуг сприяє розвитку виробництва окремих видів діяльності, збільшує попит на висококваліфіковану працю, нові технології тощо.

Отже, ринок послуг як явище в сучасному суспільстві розвивається динамічно.

Інтенсивне формування українського ринку послуг можна віднести до половини 90-х років XX століття, коли здійснювались ринкові реформи і відбувалася приватизація.

До того часу діяльність сфери послуг жорстко регламентувалася державою, яка була основним постачальником послуг, та фінансувалася за залишковим принципом.

Основними суб'єктами ринку послуг були державні спеціалізовані підприємства – будинки побуту, комбінати побутового обслуговування населення, які переважно знаходились в містах та районних центрах [2; 5].

Перехід економіки України до ринкових відносин та втрата державної монополії призвели до роз'єднання інтересів учасників різних сфер діяльності та втрати зв'язків.

Нині в руках держави і місцевої влади повністю або частково залишається низка напрямів сервісної діяльності:

- частково комунальні та побутові послуги;
- залізничний та окремі види міського транспорту;
- зв'язок;
- освіта;
- система охорони здоров'я;
- окремі види соціальних послуг.

При цьому в кожному із зазначених сегментів постійно зростають тарифи на обслуговування, зростає частка платних послуг.

Поряд з державним сектором послуг паралельно розвивається приватний сектор. Між цими секторами посилюється конкуренція, однак це не приводить до зниження цін на послуги.

Ситуація на ринку послуг в Україні може суттєво змінитися у зв'язку з реформою органів місцевого самоврядування, метою якої є забезпечення його спроможності самостійно за рахунок власних ресурсів вирішувати питання місцевого значення.

Тобто місцевій владі доведеться самостійно вирішувати питання фінансування таких видів послуг, які раніше фінансувались з державного бюджету (фінансування освітніх послуг професійно-технічних закладів, деяких медичних установ тощо). Органи місцевого управління повинні приділяти велику увагу підтримці саме тих підприємств, які займаються наданням послуг і, відповідно, виступають найбільш стабільним джерелом коштів. Метою децентралізації є також забезпечення місцевої громади необхідним обсягом послуг на основі наявних ресурсів. Актуальною для ринку послуг в Україні є його детінізація, тобто вивчення і оцінка легального і тіньового ринку.

В 2016 році в Україні працювали 306 369 великих, середніх, малих, в тому числі мікропідприємств, з них в сфері послуг працювали разом з будівництвом 222 242 підприємства, що складає 72,5% (рис. 1).

Кількість великих підприємств у сфері послуг становила 156 одиниць, або 0,07%. Найбільшу кількість склали малі підприємства – 214 339 одиниць, або 96,4% до загальної кількості.

В розрізі окремих видів економічної діяльності частка малих підприємств коливається від 91,7% (транспорт, складське господарство, поштова та кур'єрська діяльність) до 98,6% (операції з нерухомим майном та інші види послуг).

Розподіл підприємств сфери послуг в 2016 році за видами економічної діяльності представлений на рис. 1.

Особливістю ринку послуг в Україні є зменшення обсягів виробництва реалізованої продукції великими підприємствами за збільшення обсягів середніми, малими, в тому числі мікропідприємствами (табл. 1).

Так, частка обсягів реалізованих послуг великими підприємствами зменшилась з 32,2% в 2014 році до 28,2% у 2016 році. При цьому питома вага реалізованих послуг малими підприємствами збільшилась з 22,7% до 26,0% за вказаний період, а мікропідприємствами – з 7,7% до 9,5% відповідно.

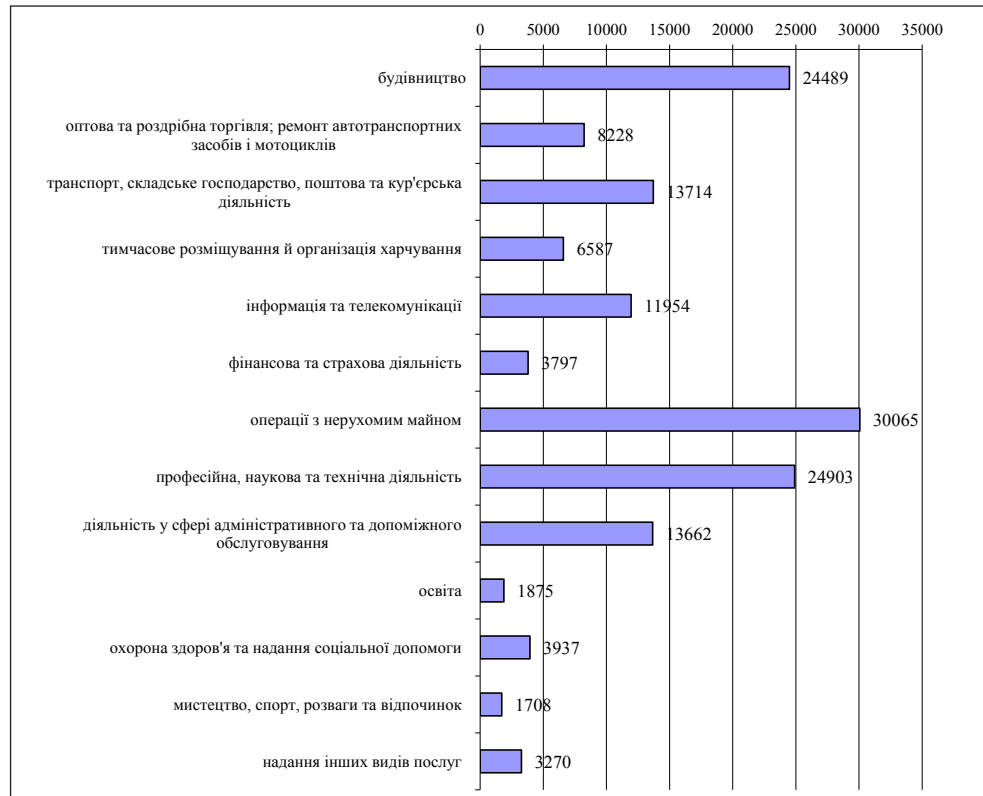


Рис. 1. Розподіл підприємств сфери послуг в 2016 році за видами економічної діяльності

Таблиця 1. Структура обсягів реалізованої продукції (товарів, послуг) підприємств за видами економічної діяльності з розподілом на великі, середні, малі, в тому числі мікропідприємства, у 2016 році, %

Види економічної діяльності	В тому числі											
	великі підприємства			середні підприємства			малі підприємства			з них мікропідприємстві		
	2014 рік	2015 рік	2016 рік	2014 рік	2015 рік	2016 рік	2014 рік	2015 рік	2016 рік	2014 рік	2015 рік	2016 рік
Усього	41,8	39,8	38,4	41,3	42,0	41,9	16,9	18,2	19,7	5,5	6,0	6,9
в тому числі												
оптова та роздрібна торгівля; ремонт автотранспортних засобів і мотоциклів	32,2	28,9	28,2	45,1	47,7	45,8	22,7	23,4	26,0	7,7	8,1	9,5
транспорт, складське господарство, поштова та кур'єрська діяльність	53,0	52,1	52,4	32,7	34,3	34,2	14,3	13,6	13,4	4,8	4,6	4,8
тимчасове розміщування й організація харчування							30,7		32,9	8,9		10,3
інформація та телекомунікації	43,3	38,3	34,2	34,2	36,0	36,8	22,5	25,7	29,0	7,8	9,4	11,6
фінансова та страхова діяльність							14,7		27,5	3,4		7,6
операції з нерухомим майном							57,0		58,8	25,0		27,6
професійна, наукова та технічна діяльність	58,1	63,1		23,2	18,8		18,7	18,1	15,4	8,0	7,5	6,7
діяльність у сфері адміністративного та допоміжного обслуговування	11,5		10,2	54,8		50,1	33,7		39,7	12,4		14,5
освіта				41,6		40,8	58,4		59,2	19,1		24,0
охорона здоров'я та надання соціальної допомоги				69,5		71,3	30,5		28,7	7,2		6,0
мистецтво, спорт, розваги та відпочинок		39,6			33,9			26,5	38,1		12,6	17,1
надання інших видів послуг						34,9			65,1			29,8

Відомо, що в середніх, малих і мікропідприємствах сфери послуг зберігаються переважно готівкові гроші і домінує малий бізнес.

В умовах слабкої законодавчої бази сфера послуг стала одним з найважливіших елементів тіньової економіки.

Важливою проблемою для розвитку ринку послуг в Україні є їх інноваційний розвиток. Якщо виходити з того, що пріоритетом сучасної економіки є економіка послуг, то питанням інноваційного розвитку слід приділити значну увагу.

Як зазначає Р.А. Заблоцька, сьогодні багато країн, в тому числі країни, що розвиваються, розглядають сферу послуг та інновацій як потенційне джерело динамізму для національних економік і як спосіб виходу з так званої пастки середнього доходу [4].

Відомо, що впровадження інновацій в діяльність підприємств прямо залежить від їх розміру. Великі підприємства на 75% є інноваційними, тоді як малі підприємства значно менше займаються інноваціями – 40% [4].

Інноваційність підприємств послуг залежить також від видів економічної діяльності. Отже, такі наукоємні послуги, як інформація та телекомунікації, професійна наукова та технічна діяльність є більш інноваційними. Також на інновації у підприємствах сфери послуг впливають і вимоги клієнтів.

Нами проаналізовано діяльність підприємств сфери послуг за видами економічної діяльності (зокрема, обсяги реалізованої продукції) за IV квартал 2016 року (табл. 2).

В досліджуваному періоді було реалізовано послуг на 158 434 995,0 тис. грн., при цьому значна частка послуг була реалізована підприємствам – 65,9%, значно менша населенню – 20,4%.

В структурі реалізованих послуг найбільша частка припадає на транспорт, складське господарство, поштову та кур'єрську діяльність (487%), при цьому значні відсотки займають складське господарство та допоміжна діяльність у сфері транспорту. Також значна частка припадає на інформацію та телекомунікації, а саме 18,1%, та професійну, наукову та технічну діяльність, а саме 11,3%.

Таблиця 2. Діяльність підприємств сфери послуг в IV кварталі 2016 року [3]

Види економічної діяльності	Обсяг реалізованих послуг (у ринкових цінах), тис. грн.	Розподіл обсягу реалізованих послуг за категоріями споживачів, % до загального обсягу		
		населенню	підприємствам (установам)	іншим категоріям споживачів
Усього	158 434 995,0	20,4	65,9	13,7
Транспорт, складське господарство, поштова та кур'єрська діяльність	77 113 443,9	12,6	66,1	21,3
– транспортна діяльність	4 541 891,2	19,2	46,5	34,3
– складське господарство та допоміжна діяльність у сфері транспорту	30 132 134,3	2,1	95,4	2,5
– поштова та кур'єрська діяльність	1 562 418,4	22,8	73,2	4,0
Тимчасове розміщення й організація харчування	4 870 463,3	72,6	25,8	1,6
Інформація та телекомунікації	28 687 452,8	30,4	61,1	8,5
– видавнича діяльність, виробництво кіно-та відео-фільмів, телевізійних програм, видання звукозаписів, діяльність у сфері радіо та телевізійного мовлення	4 264 833,5	10,0	89,4	0,6
– телекомунікації (електрозв'язок)	14 851 564,8	55,0	31,1	13,9
– комп'ютерне програмування та надання інших інформаційних послуг	9 571 054,5	1,3	95,0	3,7
Операції з нерухомим майном	12 514 968,1	7,7	75,1	17,2
Професійна, наукова та технічна діяльність	17 868 801,4	2,9	95,6	1,5
– діяльність у сферах права, бухгалтерського обліку, архітектури та інжинірингу, технічні випробування та дослідження, діяльність головних управлінь (хед-офісів), консультування з питань керування	7 816 176,7	3,8	94,9	1,3
– наукові дослідження та розробки	2 357 625,3	1,0	94,1	4,9
– рекламна діяльність і дослідження кон'юнктури ринку, інша професійна, наукова та технічна діяльність, ветеринарна діяльність	7 694 999,4	2,6	96,7	0,7
Діяльність у сфері адміністративного та допоміжного обслуговування	8 485 470,7	22,2	75,3	2,5
Освіта	4 091 807,8	92,2	7,5	0,3
Охорона здоров'я та надання соціальної допомоги	3 326 258,7	72,8	24,6	2,6
Мистецтво, спорт, розваги та відпочинок	968 122,3	56,0	41,6	2,4
Надання інших видів послуг	508 206,0	34,4	60,6	5,0
– ремонт комп'ютерів і обладнання зв'язку	136 828,2	1,9	96,5	1,6
– ремонт побутових виробів і предметів особистого вжитку	99 479,3	14,7	76,0	9,3
– надання інших індивідуальних послуг	271 898,5	58,0	36,8	5,2

Найменшу частку займають послуги мистецтва, спорту, розваг та відпочинку – 0,6%, надання інших видів послуг (ремонт комп'ютерів і обладнання зв'язку, побутових виробів і предметів особистого вжитку тощо) – 0,32 та освітянські послуги – 2,6%.

При цьому населенню найбільше розподіляється готельно-ресторанних послуг – 72,6%, освітянських – 92,2%, а також послуг з охорони здоров'я та надання соціальної допомоги – 72,8%.

Важливою проблемою для сфери послуг в Україні є особливості формування та управління їх якістю, що залежить від мінливості послуг, яка виражається в тому, що якість послуг коливається в широких межах залежно від їх виробників, часу і місця надання послуг, а також від багатьох інших суб'єктивних чинників.

Переважаю якість послуг обумовлюється низьким рівнем вимог стандартів обслуговування клієнтів, від-

сутністю методик впровадження і застосування систем управління якістю послуг.

Основними критеріями, згідно зі стандартом ISO 9004-2-96 (частина 2 «Настанова щодо послуг»), є час очікування, дотримання строків виконання, кількість персоналу та такі якісні характеристики, як, зокрема, ступінь довіри споживачів, безпека, ввічливість, естетичність, зручність, гігієнічність [1].

Висновки з проведеного дослідження. Розглянуті окремі питання розвитку ринку послуг в Україні показали, що виходом для вирішення певних проблем є фінансування деяких видів послуг за рахунок місцевих бюджетів, виведення діяльності малих підприємств послуг з тіньового сектора економіки, вдосконалення стандартів обслуговування та впровадження систем управління якістю, а також підвищення інноваційності підприємств цієї галузі.

1. Весперіс С.З. Особливості формування і управління якістю послуг / С.З. Весперіс // *Актуальні питання сталого розвитку економіки*. – 2012. – Т. 1. – С. 75–80.

2. Данилюк Т.О. Сучасний стан та перспективи розвитку ринку послуг України / Т.О. Данилюк // *Економічний часопис Східноєвропейського національного університету імені Лесі Українки*. – 2015. – № 3. – С. 19–23. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://nbuv.gov.ua/UJRN/echceni_2015_3_5.

3. Діяльність підприємств сфери послуг у IV кварталі 2016 року // *Статистичний бюлетень*. – К. : Державна служба статистики України, 2017. – 58 с. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.ukrstat.gov.ua/druk/publicat/Arhiv_u/08/Arch_psp_bl.htm.

4. Заблоцька Р.А. Інноваційний розвиток сфери послуг / Р.А. Заблоцька // *Міжнародні відносини*. – Серія «Економічні науки». – 2014. – № 4 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://journals.iir.kiev.ua/index.php/ec_n/article/download/2551/2260.

5. Пойта І.О. Оцінка сучасного стану ринку послуг / І.О. Пойта // *Вісник Житомирського державного технологічного університету*. Серія: Економічні науки. – 2013. – № 1 (63). – С. 306–309.

E-mail: kaftov_tas@ukr.net

УДК 331.5

Чакалова К.О.

аспірант кафедри управління персоналом та економіки праці,
Київський національний економічний університет
імені Вадима Гетьмана

ХАРАКТЕРИСТИКА ОРГАНІЗАЦІЙНОГО СЕРЕДОВИЩА ВНУТРІШНЬОГО РИНКУ ПРАЦІ НА ПРИКЛАДІ УКРАЇНСЬКИХ ФАРМАЦЕВТИЧНИХ КОМПАНІЙ

У статті розглянуто особливості організаційного середовища внутрішнього ринку праці на прикладі українських фармацевтичних компаній. Наведено основні елементи організаційного середовища внутрішнього ринку праці. Визначено перелік показників оцінювання організаційного середовища внутрішнього ринку праці, а також розкрито особливості їх аналізу. Надано характеристику індексу організаційного середовища внутрішнього ринку праці, значення якого показує, який вплив організаційне середовище здійснює на внутрішній ринок праці. Проаналізовано організаційне середовище п'яти українських фармацевтичних компаній. Оцінено вплив організаційного середовища на функціонування та розвиток внутрішнього ринку праці українських фармацевтичних компаній. Визначено напрями удосконалення організаційного середовища фармацевтичних компаній.

Ключові слова: внутрішній ринок праці, організаційне середовище, фармацевтичні компанії, показники оцінювання, індекс організаційного середовища, напрями удосконалення.

ХАРАКТЕРИСТИКА ОРГАНИЗАЦИОННОЙ СРЕДЫ ВНУТРЕННЕГО РЫНКА ТРУДА НА ПРИМЕРЕ УКРАИНСКИХ ФАРМАЦЕВТИЧЕСКИХ КОМПАНИЙ

Чакалова К.А.

В статье рассмотрены особенности организационной среды внутреннего рынка труда на примере украинских фармацевтических компаний. Приведены основные элементы организационной среды внутреннего рынка труда. Определен перечень показателей оценивания организационной среды внутреннего рынка труда, а также раскрыты особенности их анализа. Охарактеризован индекс организационной среды внутреннего рынка труда, значение которого показывает, какое влияние организационная среда оказывает на внутренний рынок труда. Проанализирована организационная среда пяти украинских фармацевтических компаний. Оценено влияние организационной среды на функционирование и развитие внутреннего рынка труда украинских фармацевтических компаний. Определены направления совершенствования организационной среды исследованных фармацевтических компаний.

Ключевые слова: внутренний рынок труда, организационная среда, фармацевтические компании, показатели оценки, индекс организационной среды, направления совершенствования.

CHARACTERISTICS OF THE ORGANIZATIONAL ENVIRONMENT OF THE INTERNAL LABOUR MARKET ON THE EXAMPLE OF UKRAINIAN PHARMACEUTICAL COMPANIES

Chakalova K.

The article deals with the peculiarities of the organizational environment of the internal labour market on the example of Ukrainian pharmaceutical companies. The main elements of the organizational environment of the internal labour market are given. The list of indicators of evaluation of the organizational environment of the internal labour market is determined and features of their analysis are revealed. The index of the organizational environment of the internal labour market, which shows the influence that the organizational environment has on the internal labour market, is characterized. The organizational environment of five Ukrainian pharmaceutical campaigns is analyzed. The influence of the organizational environment on the functioning and development of the internal labour market of Ukrainian pharmaceutical companies is investigated. The directions of improvement of the organizational environment of the pharmaceutical companies are determined.

Keywords: internal labour market, organizational environment, pharmaceutical companies, evaluation indicators, index of the organizational environment, directions of improvement.

Постановка проблеми. Внутрішній ринок праці займає ключову позицію в сучасній економіці. Саме на внутрішньому ринку праці відбувається рух робочої сили кар'єрними сходами, а також розвивається трудовий потенціал співробітників. Також особливістю внутрішнього ринку праці є те, що тут відбувається безпосередній контакт найманих працівників з роботодавцями. Внутрішній ринок праці не існує

ізолювано, він постійно взаємодіє із зовнішнім ринком праці, ринками товарів і послуг, державними інститутами тощо. Внутрішній ринок праці тісно пов'язаний з організаційним середовищем на підприємстві. Саме це визначає необхідність надання характеристики організаційного середовища внутрішнього ринку праці, визначення основних показників його аналізу.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблему ринку праці на державному рівні досліджували В.С. Васильченко, В.І. Герасимчук, В.М. Гриньова, О.А. Грішнова, Н.С. Коваленко, Е.М. Лібанова, Л.С. Лісогор, Н.В. Маковська, В.В. Мортіков, В.В. Онікієнко, І.Л. Петрова, В.М. Петюх, С.В. Попов, О.В. Чернявська, Л.С. Шевченко, С.В. Шостак та інші вчені.

Ринок праці на рівні підприємства (внутрішній ринок праці) поки що залишається поза увагою українських вчених. Саме тому необхідним є розкриття основних характеристик організаційного середовища внутрішнього ринку праці.

Постановка завдання. Метою статті є вивчення особливостей організаційного середовища внутрішнього ринку праці та дослідження стану організаційного середовища внутрішнього ринку праці на прикладі українських фармацевтичних компаній.

Виклад основного матеріалу дослідження. Внутрішній ринок праці посідає особливе місце в сучасній економіці. Внутрішній ринок праці є системою соціально-трудових та організаційно-економічних відносин, які пов'язані з попитом та пропозицією на ринку праці однієї або навіть декількох країн, обмежених рухом працівників у межах певної організації.

Вагомий вплив на внутрішній ринок праці здійснює організаційне середовище, в рамках якого функціонує і розвивається внутрішній ринок праці. Основними елементами організаційного середовища внутрішнього ринку праці є такі [1, с. 13; 2, с. 143]:

- розмір компанії;
- форма власності підприємства;
- сфера діяльності;
- фінансові можливості організації;
- рівень техніко-технологічного розвитку підприємства;
- рентабельність та прибутковість підприємства;
- місце компанії на ринку;
- репутація та імідж підприємства.

Аналіз організаційного середовища внутрішнього ринку праці передбачає дослідження прибутковості, рентабельності, фінансової стійкості, ліквідності, продажів компанії, а також стану основних засобів та нематеріальних активів.

Загальним індикатором оцінювання впливу організаційного середовища на функціонування та розвиток внутрішнього ринку праці є індекс організаційного середовища внутрішнього ринку праці (Іорг). Оцінювання цього індексу передбачає аналіз 7 показників.

1) Чисельність працівників компанії.

2) Коефіцієнт продажів, $K_{пр}$

$$(K_{пр} = \frac{\text{Чистий дохід від реалізації продукції}}{\text{Чистий дохід від реалізації продукції у попередньому році}}).$$

3) Коефіцієнт рентабельності продажів, $P_{пр}$

$$(P_{пр} = \frac{\text{Чистий прибуток}}{\text{Чистий дохід від реалізації продукції}}).$$

4) Коефіцієнт загальної ліквідності, $K_{за}$

$$(K_{за} = \frac{\text{Оборотні активи}}{\text{Поточні зобов'язання}}).$$

5) Коефіцієнт фінансової стійкості, $K_{фс}$

$$(K_{фс} = \frac{\text{Залучені кошти}}{\text{Власний капітал}}).$$

6) Знос основних засобів, $Z_{оз}$

$$(Z_{оз} = \frac{\text{Накопичена амортизація основних засобів}}{\text{Первісна вартість основних засобів}} \times 100).$$

7) Знос нематеріальних активів, $Z_{нма}$

$$(Z_{нма} = \frac{\text{Накопичена амортизація нематеріальних активів}}{\text{Первісна вартість нематеріальних активів}} \times 100).$$

Збільшення чисельності працівників компанії позитивно впливає на функціонування та розвиток внутрішнього ринку праці, адже чим більше працівників компанії, тим більше обсяг продукції, що можна виготовити, тим більше можливостей для просування персоналу та створення кадрового резерву.

Зростання продажів та рентабельності продажів свідчить про збільшення обсягів діяльності підприємства, що сприяє розвитку внутрішнього ринку праці, залученню нових працівників, підвищенню продуктивності праці.

Завдяки потужним фінансовим можливостям підприємство може інвестувати кошти в інновації, розвиток виробництва, підвищення заробітної плати, розвиток персоналу тощо.

Оновлення основних засобів та нематеріальних активів веде до підвищення продуктивності праці, що сприяє ефективному функціонуванню та розвитку внутрішнього ринку праці.

Для оцінювання організаційного середовища внутрішнього ринку праці цим показником присвоюється оцінка за 5-ти бальною шкалою:

- оцінка «0» – показник є дуже низьким;
- оцінка «1» – показник є низьким;
- оцінка «2» – показник перебуває на середньому рівні;
- оцінка «3» – показник перебуває на рівні вище середнього;
- оцінка «4» – показник є високим;
- оцінка «5» – показник є дуже високим.

Оцінки «4» і «5» свідчать про позитивний вплив значення цього показника на функціонування та розвиток внутрішнього ринку праці, а оцінки «0» і «1» – про значний негативний вплив цього показника на внутрішній ринок праці. Оцінка «2» показує незначний негативний вплив, а оцінка «3» – незначний позитивний вплив на внутрішній ринок праці.

Загальна оцінка індексу організаційного середовища внутрішнього ринку праці є сумою оцінок всіх визначених показників і коливається в межах від 0 до 35.

Особливості оцінювання показників індексу організаційного середовища внутрішнього ринку праці наведені в табл. 1.

Ми проаналізували деякі українські підприємства фармацевтичної галузі, такі як ПАТ «Фармак», Корпорація «Артеріум», ПАТ «Фармацевтична фірма «Дарниця», ПАТ «Київський вітамінний завод», ПАТ «Науково-виробничий центр «Борщагівський хіміко-фармацевтичний завод».

Публічне акціонерне товариство «Фармак» є провідною фармацевтичною компанією [3]. Протягом останніх років підприємство залишається лідером серед вітчизняних підприємств, а в 2010 році ПАТ «Фармак» стало компанією № 1 на фармацевтичному ринку України. У 2016 році частка в продажах лікарських засобів складає 6,5% (приріст частки 8% порівняно з попереднім періодом), а частка серед

Таблиця 1. Оцінювання показників індексу організаційного середовища внутрішнього ринку праці

№ п/п	Показники	Оцінка показників Іорг					
		0	1	2	3	4	5
1	Чисельність працівників компанії, осіб	< 100	100–500	500–1 000	1 000–1 500	1 500–2 000	> 2 000
2	Коефіцієнт продажів (Кпр)	< 1	1–1,1	1,1–1,2	1,2–1,3	1,3–1,4	> 1,4
3	Коефіцієнт рентабельності продажів (Рпр)	< 0	0–0,05	0,05–0,1	0,1–0,15	0,15–0,2	> 0,2
4	Коефіцієнт загальної ліквідності (Кзл)	< 0,9	0,9–1	1	1–1,5	1,5–2	> 2
5	Коефіцієнт фінансової стійкості (Кфс)	> 1	0,9–1	0,8–0,9	0,7–0,8	0,6–0,7	< 0,6
6	Знос основних засобів (Зоз)	> 60	50–60	40–50	30–40	20–30	0–20
7	Знос нематеріальних активів (Знма)	> 60	50–60	40–50	30–40	20–30	0–20

Джерело: складено автором

вітчизняних підприємств – 16,8%. ПАТ «Фармак» витратило понад 2,3 млрд. грн. на капітальні інвестиції за останні 7 років. У 2016 році компанія розпочала комерційне виробництво 22-х нових продуктів.

Друге місце на фармацевтичному ринку посідає Корпорація «Артеріум» [4], яка створена у 2005 році в результаті об'єднання двох українських підприємств, таких як ПАТ «Київмедпрепарат» [5] (лідера України у виробництві антибактеріальних препаратів) та ПАТ «Галичфарм» [6] (провідного українського виробника препаратів на рослинній основі). Продуктовий портфель компанії нараховує 149 продуктів та 265 найменувань препаратів. У 2016 році витрати на покращення технологій виготовлення препаратів активного портфеля, а також на розробку та реєстрацію нових препаратів склали 31 103,2 тис. грн.

ПАТ «Фармацевтична фірма «Дарниця»» – національний виробник лікарських засобів, що має давні фармацевтичні традиції [7]. «Дарниця» сьогодні є № 1 в Україні за обсягом виробництва і продажем готових лікарських засобів в упаковках. Продуктовий портфель компанії налічує понад 250 найменувань високоякісних, безпечних і доступних за ціною лікарських засобів. Понад 200 млн. євро інвестицій вкладено у виробництво компанії за останні 10 років. ПАТ «Фармацевтична фірма «Дарниця»» регулярно відстежує новітні досягнення у фармацевтичній галузі та оцінює їх потенціал на українському ринку. На кінець 2016 року близько 60 продуктів знаходяться на стадії розробки та реєстрації.

ПАТ «Київський вітамінний завод» – сучасна національна фармацевтична компанія-виробник зі стабільними ринковими позиціями [8]. Компанія входить до топ-20 фармацевтичних компаній, що працюють на теренах України. ПАТ «Київський вітамінний завод» містить у своєму продуктовому портфелі 125 лікарських засобів і 7 ветеринарних продуктів. Підприємство постійно здійснює оновлення структури основних засобів. Так, в 2016 році було здійснено капітальних інвестицій в розмірі 82 468 тис. грн. Підприємство активно займається пошуком та впровадженням у промислове виробництво нових фармацевтичних препаратів. Загалом витрати на дослідження і розробки за 2016 рік склали 3 900 тис. грн.

ПАТ «Науково-виробничий центр «Борщагівський хіміко-фармацевтичний завод»» (ПАТ НВЦ «Борщагівський ХФЗ») – фармацевтичне підприємство європейського рівня [9]. Номенклатура продукції, що виробляється на підприємстві, складає близько

130 найменувань. Нині на різних стадіях розробки знаходяться близько 25 препаратів різних фармако-терапевтичних груп. На дослідження та розробку нових лікарських засобів у 2016 році було витрачено 31 498,2 тис. грн. Протягом п'яти останніх років ПАТ НВЦ «Борщагівський ХФЗ» інвестувало в розвиток підприємства близько 283,9 млн. грн. Інвестиції в розвиток за 2016 рік, що були зроблені як за рахунок власних, так і за рахунок залучених коштів, склали 51,3 млн. грн.

Аналіз організаційного середовища внутрішнього ринку праці передбачає дослідження прибутковості, рентабельності, фінансової стійкості, ліквідності, продажів компаній, а також стану основних засобів та нематеріальних активів. Значення показників індексу організаційного середовища внутрішнього ринку праці досліджених українських фармацевтичних компаній та їх оцінка за 5-бальною шкалою наведені в табл. 2.

Найбільше балів Іорг набрало ПАТ «Київський вітамінний завод» – 28 балів. 26 балів показало ПАТ «Фармак», а на один бал менше – ПАТ «Фармацевтична фірма «Дарниця»». Іорг ПАТ НВЦ «Борщагівський ХФЗ» складає 20 балів. Корпорація «Артеріум» одержала найнижче значення Іорг – 16 балів.

Оцінювання впливу організаційного середовища на внутрішній ринок праці фармацевтичних компаній представлено на рис. 1.

ПАТ «Фармак» і ПАТ «Київський вітамінний завод» не мають показника індексу організаційного середовища, що оцінений нижче 3 балів, що свідчить про високі результати діяльності організацій і про позитивний вплив організаційного середовища на функціонування та розвиток внутрішнього ринку праці.

У ПАТ «Фармацевтична фірма «Дарниця»» знос основних засобів є значним (52,3%), що негативно впливає на розвиток внутрішнього ринку праці.

Сповільнюють розвиток внутрішнього ринку праці ПАТ НВЦ «Борщагівський ХФЗ» незначне зростання продажів у 2016 році, значний знос основних засобів (40,4%) та нематеріальних активів (62,9%).

Позитивно впливає на внутрішній ринок праці Корпорація «Артеріум» розмір компанії, зростання продажів та можливість вчасно розрахуватися за поточні зобов'язання. Корпорація «Артеріум» отримала оцінку «2» і нижче за показниками рентабельності продажів, фінансової стійкості, зносу основних засобів та нематеріальних активів, що гальмує розвиток внутрішнього ринку праці.

Висновки з проведеного дослідження. Внутрішній ринок праці тісно взаємодіє з організаційним середовищем підприємства. Основними елементами організаційного середовища внутрішнього ринку праці є розмір компанії, форма власності підприємства, сфера діяльності, фінансові можливості організації, рівень техніко-

технологічного розвитку підприємства, рентабельність та прибутковість підприємства, місце компанії на ринку, репутація та імідж організації. Індикатором визначення впливу організаційного середовища на функціонування та розвиток внутрішнього ринку праці є індекс організаційного середовища внутрішнього ринку праці.

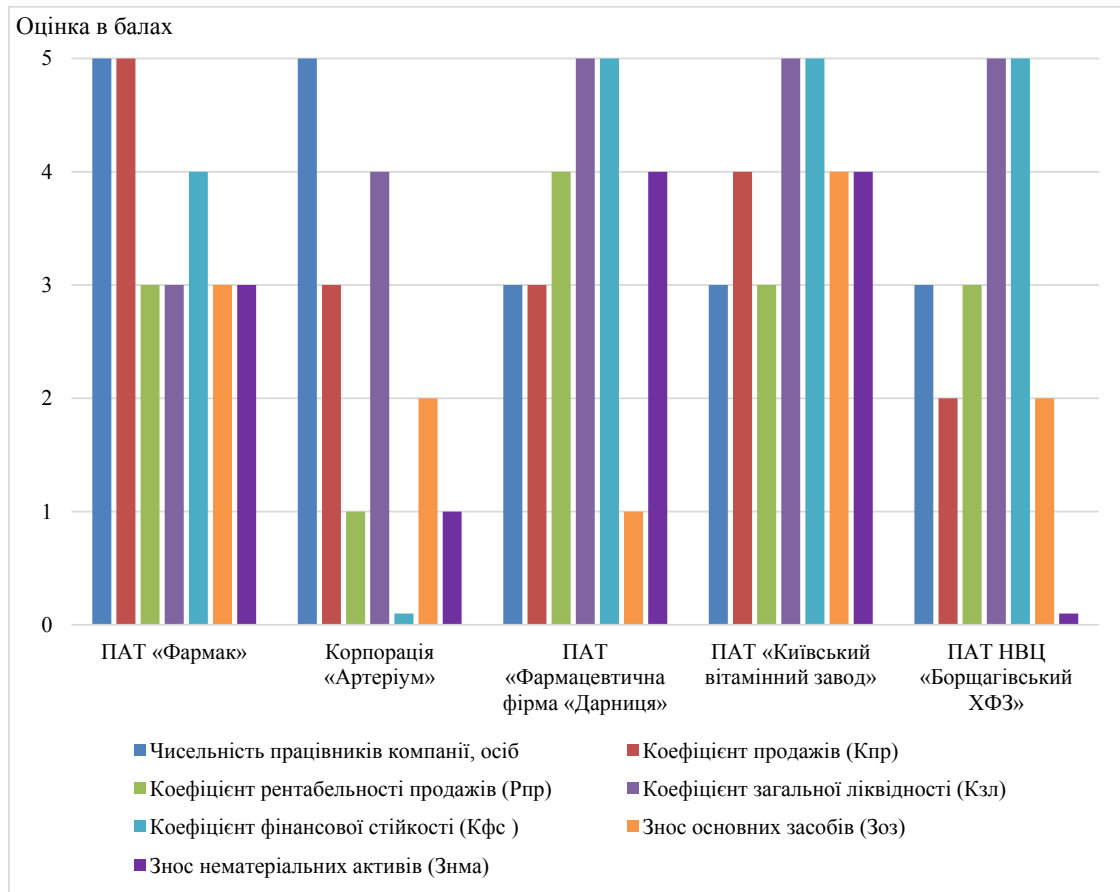


Рис. 1. Оцінювання впливу організаційного середовища на внутрішній ринок праці українських фармацевтичних компаній у 2016 році

Таблиця 2. Значення показників індексу організаційного середовища внутрішнього ринку праці українських фармацевтичних компаній у 2016 р.

Показник	ПАТ «Фармак»		Корпорація «Артеріум»		ПАТ «Фармацевтична фірма «Дарниця»»		ПАТ «Київський вітамінний завод»		ПАТ НВЦ «Борщагівський ХФЗ»	
	Значення	Бал	Значення	Бал	Значення	Бал	Значення	Бал	Значення	Бал
Чисельність працівників компанії, осіб	2 351	5	2 204	5	869	3	780	3	857	3
Коефіцієнт продажів (Кпр)	1,43	5	1,25	3	1,24	3	1,35	4	1,12	2
Коефіцієнт рентабельності продажів (Рпр)	0,13	3	0,04	1	0,16	4	0,1	3	0,1	3
Коефіцієнт загальної ліквідності (Кзл)	1,44	3	1,54	4	2,88	5	2,25	5	2,51	5
Коефіцієнт фінансової стійкості (Кфс)	0,70	4	1,68	0	0,3	5	0,28	5	0,23	5
Знос основних засобів (Зоз)	36,2%	3	49,5%	2	52,3%	1	21,5%	4	40,4%	2
Знос нематеріальних активів (Знма)	38,6%	3	53,4%	1	20,8%	4	29%	4	62,9%	0
Загальна оцінка		26		16		25		28		20

Дослідження організаційного середовища українських фармацевтичних компаній показало, що більш сприятливим для функціонування та розвитку внутрішнього ринку праці є організаційне середовище ПАТ «Київський вітамінний завод», ПАТ «Фармак», ПАТ «Фармацевтична фірма «Дарниця»». Менш сприятливим є організаційне середовище ПАТ «Науково-

виробничий центр «Борщагівський хіміко-фармацевтичний завод» та Корпорації «Артеріум».

Ключовими напрямками удосконалення організаційного середовища функціонування та розвитку внутрішнього ринку праці є оновлення основних засобів та нематеріальних активів, а також підвищення рентабельності продажів.

1. Карлова А.В. Понятие внутреннего рынка труда и его взаимосвязь с внешним рынком / А.В. Карлова // Вестник Воронежского государственного университета. Серия: Экономика и управление. – 2015. – № 3. – С. 11–16.

2. Нехода Е.В. Факторный анализ формирования внутрифирменных рынков труда / Е.В. Нехода // Вестник Томского госуниверситета. – 2008. – № 309. – С. 140–143.

3. Офіційний сайт Публічного акціонерного товариства «Фармак» [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://www.farmak.ua>.

4. Офіційний сайт Корпорації «Артеріум» [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://www.arterium.ua>.

5. Офіційний сайт Публічного акціонерного товариства «Київмедпрепарат» [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.kievmedpreparat.com>.

6. Офіційний сайт Публічного акціонерного товариства «Галичфарм» [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.galychpharm.com>.

7. Офіційний сайт Публічного акціонерного товариства «Фармацевтична фірма «Дарниця»» [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.darnitsa.ua>.

8. Офіційний сайт Публічного акціонерного товариства «Київський вітамінний завод» [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.vitamin.com.ua>.

9. Офіційний сайт Публічного акціонерного товариства «Науково-виробничий центр «Борщагівський хіміко-фармацевтичний завод»» [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.bcpr.com.ua>.

E-mail: kseniia-chakalova@ukr.net

ІНВЕСТИЦІЙНО-ІННОВАЦІЙНА ДІЯЛЬНІСТЬ

УДК 330.322:631.16

Каленська В.П.

аспірант,

Житомирський національний агроєкологічний університет

ІНВЕСТИЦІЙНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ
РАДІАЦІЙНО ЗАБРУДНЕНИХ ТЕРИТОРІЙ: ПРОБЛЕМИ ТА ШЛЯХИ ОПТИМІЗАЦІЇ

У статті проведено аналіз динаміки інвестиційної діяльності сільськогосподарських підприємств на радіаційно забруднених територіях. Автором окреслено проблематику залучення інвестицій національними підприємствами сільського господарства, зокрема проблему інвестиційного забезпечення агропідприємств, що здійснюють власну господарську діяльність на радіаційно забруднених територіях, оскільки специфіка їх функціонування значно зменшує їх інвестиційну привабливість, що є неприпустимим у сучасних умовах розвитку національної економіки та зменшує можливості реалізації економічного й експортного потенціалу вітчизняного сільського господарства. У статті на основі використання власних наукових напрацювань та розробок вітчизняних науковців запропоновано шляхи усунення проблем у контексті оптимізації інвестиційного забезпечення сільгоспвиробників, що працюють на забруднених радіацією територіях.

Ключові слова: агрокластер, інвестиційне забезпечення, оптимізація, радіаційно забруднені території, сільськогосподарське підприємство.

ИНВЕСТИЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ
РАДИАЦИОННО ЗАГРЯЗНЕННЫХ ТЕРРИТОРИЙ: ПРОБЛЕМЫ И ПУТИ ОПТИМИЗАЦИИ

Каленская В.П.

В статье проведен анализ динамики инвестиционной деятельности сельскохозяйственных предприятий на загрязненных территориях. Автором очерчена проблематика привлечения инвестиций национальными предприятиями сельского хозяйства, в частности проблема инвестиционного обеспечения агропредприятий, осуществляющих свою хозяйственную деятельность на радиационно загрязненных территориях, поскольку специфика их функционирования значительно уменьшает их инвестиционную привлекательность, что является недопустимым в современных условиях развития национальной экономики и уменьшает возможности реализации экономического и экспортного потенциала отечественного сельского хозяйства. В статье на основе использования собственных научных наработок и разработок отечественных ученых предложены пути устранения проблем в контексте оптимизации инвестиционного обеспечения сельхозпроизводителей, работающих на загрязненных радиацией территориях.

Ключевые слова: агрокластер, инвестиционное обеспечение, оптимизация, загрязненные радиацией территории, сельскохозяйственное предприятие.

INVESTMENT PROVISION OF AGRICULTURAL ENTERPRISES IN THE TERRITORIES
POLLUTED BY RADIATION: PROBLEMS AND WAYS OF OPTIMIZATION

Kalenska V.

Based on the own scientific ground works, the article has outlined key problems of investment provision for agricultural enterprises in the territories polluted by radiation, namely: lack of a strict system designed for activation of investment activity of agricultural enterprises in the radiative territories; uncoordinated aim, goals and tasks for activation of investment activity of agricultural producers who work in the territories polluted by radiation; not defined priority directions of investment activation in the agricultural enterprises that fulfil the economic activity in the radiative territories; unsolved sequence of realization and interconnection of ways to activate investment provision of agricultural producers from territories polluted by radiation; undeveloped main trends in management of investment provision of agricultural enterprises that operate in the territories polluted by radiation; the absence of developed and functioning model of investment provision management for agricultural enterprises in the radiative territories.

Keywords: agrocluster, investment provision, optimization, territories polluted by radiation, agricultural enterprise.

Постановка проблеми. Трансформація національної економіки внаслідок інтеграції України до європейського економічного простору, співпраці в межах Всесвітньої торговельної організації, докорін-

ної зміни зовнішньоторговельних відносин країни у контексті обмеження економічних відносин з країнами Митного союзу змінила пріоритети стосовно розвитку галузей вітчизняної економічної системи.

За таких умов ключовою галуззю економіки стає сільське господарство.

Підтримуємо точку зору А.В. Пужай-Череда [1] стосовно наявності значної кількості проблем у сільському господарстві країни, де однією з ключових проблем є низький рівень інвестиційного забезпечення вітчизняних агровиробників.

На фоні суттєвої проблематики залучення інвестицій національними підприємствами сільського господарства окремою проблемою виступає інвестиційне забезпечення агропідприємств, що здійснюють власну господарську діяльність на радіаційно забруднених територіях, оскільки специфіка їх функціонування значно зменшує їх інвестиційну привабливість, що є неприпустимим у сучасних умовах розвитку національної економіки та зменшує можливості реалізації економічного і експортного потенціалу вітчизняного сільського господарства.

Наведене збільшує актуальність виявлення проблем та шляхів їх вирішення стосовно підвищення ефективності інвестиційного забезпечення сільгосп-підприємств, що працюють на забруднених радіацією територіях.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблематику фінансово-господарської діяльності сільськогосподарських підприємств, що працюють на радіаційно забруднених територіях, зокрема стосовно інвестиційного забезпечення, досліджували у своїх наукових працях такі вчені, як, зокрема, В.П. Нагірна та І.Г. Савчук [2], Є.І. Хомаківський [3], С.П. Корчинська та М.П. Снопко [4], Л.Д. Павловська [5], А.Н. Ратніков [6], С.В. Василенко [7].

Зазначаємо наявність досить незначної кількості наукових досліджень стосовно визначення та вирішення економічних проблем агровиробників з радіаційно забруднених територій, особливо того, що стосується їх інвестиційного забезпечення.

Постановка завдання. Метою статті є виявлення проблем та розробка шляхів оптимізації інвестиційного забезпечення сільгоспвиробників, що працюють на забруднених радіацією територіях з використанням системного підходу та моделювання.

Виклад основного матеріалу дослідження. Україна у сучасних умовах посткризового розвитку потребує підвищення ефективності розвитку та максимальної реалізації економічного потенціалу, зокрема експортного, провідних галузей національної економічної системи.

Спираючись на статистичні дані [8; 9; 10] та напрацювання вітчизняних науковців, зазначаємо, що сільське господарство є ключовою галуззю економіки України, що потребує значних обсягів інвестиційних вкладень.

На фоні проблем вітчизняного агросектору із залученням інвестицій окремо стає проблема інвестиційного забезпечення сільськогосподарських підприємств, що здійснюють власну діяльність на радіаційно забруднених територіях.

Низький рівень залучення інвестицій в агропромисловість на забруднених радіацією територіях приводить до зниження обсягів росту національної економіки, сільського господарства, експорту, експорту агропромислової продукції; зменшення рівня зайнятості в Україні та регіонах, що страждають від забруднення

радіацією; зниження розмірів податкових та інших платежів у державний та місцеві бюджети; екологічних та соціальних проблем.

У продовження власних досліджень сформулюємо ключові проблеми інвестиційного забезпечення сільськогосподарських підприємств радіаційно забруднених територій:

1) відсутність чіткої системи активізації інвестиційної діяльності сільськогосподарських підприємств на забруднених радіацією територіях;

2) не узгоджені мета, цілі, завдання активізації інвестиційної діяльності сільгоспвиробників, що працюють на радіаційно забруднених територіях;

3) не визначені пріоритетні напрями інвестиційної активізації на аграрних підприємствах, які здійснюють господарську діяльність на забруднених радіацією територіях;

4) не розкрита послідовність реалізації та взаємозв'язок шляхів активізації інвестиційного забезпечення агровиробників з радіаційно забруднених територій;

5) не розроблені основні напрями управління інвестиційним забезпеченням агропідприємств, що працюють на радіаційно забруднених територіях;

6) відсутність розробленої та функціонуючої моделі управління інвестиційним забезпеченням сільськогосподарських підприємств радіаційно забруднених територій.

Враховуючи виявлені проблеми, запропонуємо шляхи їх вирішення, що будуть спрямовані на оптимізацію інвестиційного забезпечення сільгосп-підприємств забруднених радіацією територій.

Для оптимізації інвестиційного забезпечення агро-виробників з радіаційно забруднених територій рекомендуємо, спираючись на системний підхід, систему активізації їх інвестиційної діяльності, що буде включати взаємопов'язані мету, цілі, завдання, а також пріоритетні напрями і шляхи оптимізації такого забезпечення.

Основною метою активізації інвестиційної діяльності сільгосп-підприємств на забруднених радіацією територіях є підвищення рівня їх інвестиційної активності.

Основними цілями активізації інвестиційної діяльності таких агропідприємств є такі: створення умов на підприємстві для діяльності інвесторів; притік іноземних та вітчизняних інвестицій, які б спрямовувалися на вирішення пріоритетних завдань їх фінансово-господарської діяльності; формування позитивного іміджу регіонів та самих сільськогосподарських підприємств; удосконалення нормативно-правової бази; удосконалення інфраструктури ринку сільськогосподарської продукції; забезпечення прозорості інвестиційного ринку; інвестиційний супровід та пост-інвестиційна підтримка.

Завданнями активізації інвестиційної діяльності агропідприємств на радіаційно забруднених територіях є такі: підготовка та перепідготовка кваліфікованих кадрів підприємства для співпраці з інвесторами; налагодження зв'язків та поліпшення співпраці з іноземними та вітчизняними інвесторами; оновлення системи обслуговування інвесторів; створення методів і формування нових джерел залучення інвестицій; забезпечення розвитку рекламної діяльності агропромис-

ків; підготовка та розроблення пропозицій для органів державної влади щодо оновлення нормативно-правової бази; укладання угод аграрними підприємствами з міжнародними компаніями щодо співпраці; впровадження інноваційних технологій у виробничий процес; технічне переоснащення підприємств; об'єднання сільськогосподарських підприємств на радіаційно забруднених територіях у кластери.

В рамках оптимізації інвестиційної діяльності сільгосппідприємств з радіаційно забруднених територій рекомендується низка пріоритетних напрямів активізації такої діяльності, що наведено на рис. 1.

Важливою складовою системи активізації інвестиційного забезпечення агровиробників з радіаційно забруднених територій є шляхи оптимізації такого забезпечення, що подані у відповідній послідовності реалізації та з урахуванням їх взаємозв'язку.

Звідси випливає, що ключовим шляхом активізації забезпечення інвестиціями сільськогосподарських підприємств, що працюють на територіях забруднених радіацією є їх об'єднання у кластери, що повинно відбуватись з урахуванням вимірювання їх фінансового стану, бути спрямованим на їх технічне переоснащення та активізацію інноваційної діяльності. Іншим важливим шляхом такої активізації є пошук джерел інвестицій, що повинен бути пов'язаний з посиленням інвестиційної спрямованості банківської системи в рамках

оптимізації механізмів кредитування такого типу агровиробників, з активізацією фондового ринку в рамках залучення інвестиційних ресурсів на агропідприємства такого типу, зі створенням сприятливого інвестиційного клімату з боку державних інституцій, органів місцевого самоврядування, сільгосппідприємств.

Охарактеризуємо об'єднання сільськогосподарських підприємств на радіаційно забруднених територіях в кластер детальніше. Зазначимо, що формування регіонального аграрного кластеру дасть можливість агровиробникам отримати сконцентрований ринок продукції та діяти в межах не тільки регіонального, але й міжрегіональних, національного та міжнародних ринків збуту агропродукції. Вважаємо, що основою кластеру, який буде виступати в ролі координатора може бути асоціація. Такою асоціацією повинна бути Асоціація агропромислових виробників з радіаційно забруднених територій, що об'єднає в єдине ціле сільгосппідприємства з одного району, кількох районів, області або всієї країни. При цьому пріоритетним вважаємо регіональний кластер. На рис. 2 продемонструємо координацію відносин у регіональному аграрному кластері.

Спираючись на наукові напрацювання Р.Ю. Сороки [17], наведемо етапи формування регіонального аграрного кластеру сільськогосподарських підприємств на радіаційно забруднених територіях: виділення сукуп-



Рис. 1. Пріоритетні напрями інвестиційної активізації на аграрних підприємствах з радіаційно забруднених територій

Джерело: розроблено автором



Рис. 2. Координація відносин у регіональному аграрному кластері сільгоспвиробників з радіаційно забруднених територій

Джерело: розроблено автором

ності агровиробників за територіальним принципом; утворення ініціативної групи та узгодження взаємодії з місцевими органами влади; визначення пріоритетних напрямів фінансово-господарського розвитку, зокрема інвестиційного забезпечення за безпосередньої участі науковців, менеджерів-практиків та відповідних інформаційно-консалтингових організацій; інтеграція стратегічних напрямів розвитку агрокластеру зі стратегією розвитку регіону; формування кола потенційних засновників агрокластеру (місцеві органи влади, торгово-промислові палати, сільгоспвиробники, науково-дослідні інститути та інші зацікавлені суб'єкти); утворення управлінських структур агрокластеру із залученням професійних менеджерів; остаточне узгодження фінансово-господарської діяльності сільгоспвиробників з радіаційно забруднених територій в межах агрокластеру; обговорення та прийняття статуту агрокластеру; налагодження інформаційної роботи агрокластеру з акцентом на інтернет-технології; започаткування роботи агрокластеру із залучення нових учасників та щодо міжнародної співпраці з акцентом на європейських програмах співпраці (Європейський Кластерний Альянс); розробка моделей інноваційного розвитку агрокластеру із залученням відповідних інноваційних інституцій (технопарки, бізнес-інкубатори, наукові центри тощо); оцінка, відбір та реалізація вибраних моделей інноваційного розвитку агрокластеру.

Окремо в рамках оптимізації інвестиційного забезпечення агровиробників, що працюють на забруднених радіацією територіях, необхідно виділити основні напрями управління такими процесами, а саме управління фінансовим станом через залучення власних фінансових ресурсів, раціональне розміщення основних і обігових фондів, ефективне управління капіталом, управління фінансовою стійкістю, управління прибутковістю; управління економічним станом через переважання зростання виручки над збільшенням витрат, підвищення конкурентоспроможності, стратегічне управління, підвищення рівня забезпеченості основними виробничими фондами; організаційне управління через вибір форми господарювання, вибір оптимальних організаційних структур, створення нормативно-методичного забезпечення, впровадження програм та проектів розвитку; управління персоналом через організацію ефективної кадрової політики, самонавчання та саморозвиток, проведення оцінки персоналу, застосування дієвого механізму мотивації; управління іміджем через визначення зацікавлених осіб, формування набору критеріїв, розробка бажаного образу, розробка плану заходів, розробка бренду, контроль результатів; постачальницько-збутове управління та управління маркетингом через вивчення наявних ринків збуту, пошук і освоєння нових ринків збуту виробленої продукції, вивчення та оцінка попиту на продукцію, вибір каналів реалізації продукції, обґрун-

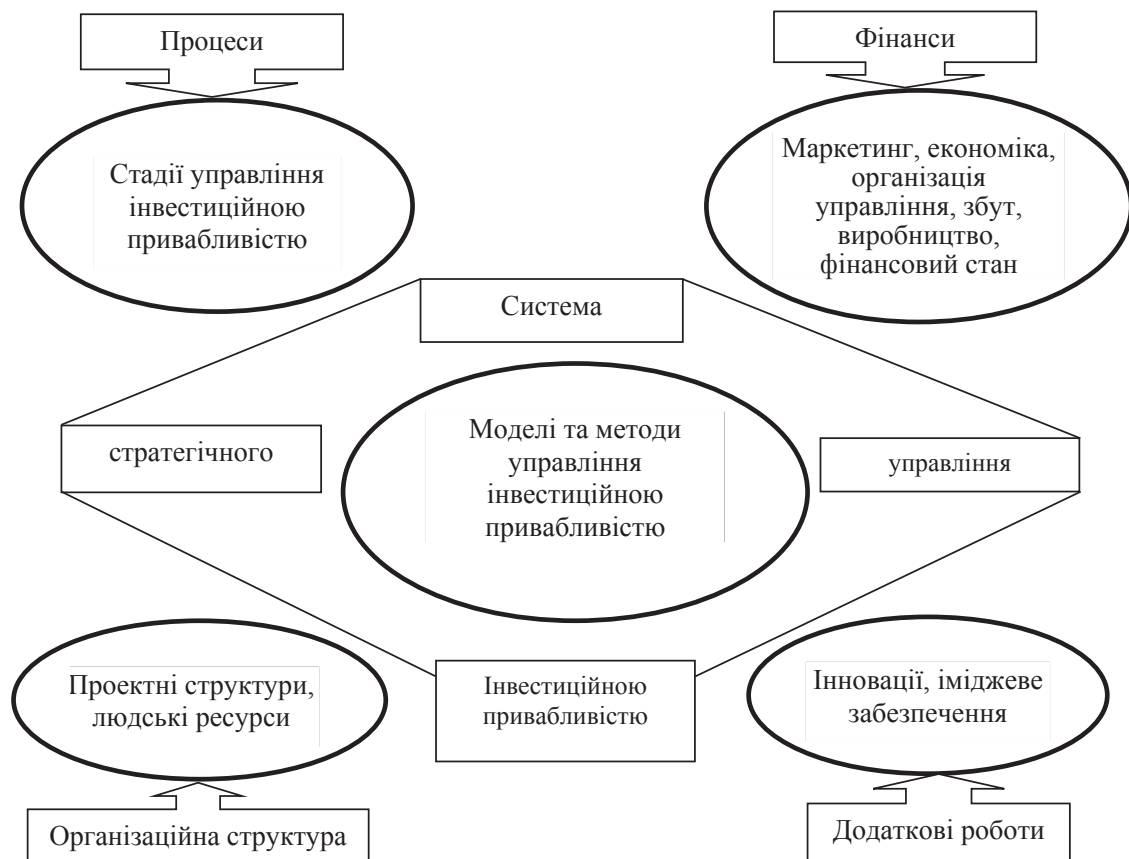


Рис. 3. Концептуальна модель управління інвестиційним забезпеченням сільськогосподарських підприємств радіаційно забруднених територій

Джерело: розроблено автором

тування цінової політики, пошук контрагентів з нижчою вартістю перевезень та послуг, створення маркетингових служб для просування сільськогосподарської продукції тощо.

Використовуючи засоби моделювання, запропонуємо концептуальну модель управління інвестиційним забезпеченням сільськогосподарських підприємств радіаційно забруднених територій (рис. 3).

Таким чином, вважаємо, що запропоновані в межах наукового дослідження оптимізаційні шляхи дадуть змогу вирішити сформульовані проблеми інвестиційного забезпечення сільгосппідприємств забруднених радіацією територій в Україні та підвищать ефективність їх фінансово-господарської діяльності, а також позитивно вплинуть на ефективність економічного розвитку забруднених радіацією територій, сільського господарства країни загалом та національної економічної системи зокрема.

Висновки з проведеного дослідження. У статті на основі наукових напрацювань були виявлені ключові проблеми інвестиційного забезпечення сільськогоспо-

дарських підприємств радіаційно забруднених територій. Окремо для їх усунення були запропоновані шляхи оптимізації забезпечення інвестиційними ресурсами сільгоспвиробників, що працюють на забруднених радіацією територіях, а саме систему активізації їх інвестиційної діяльності, що включає взаємопов'язані мету, цілі, завдання, а також пріоритетні напрями і шляхи оптимізації такого забезпечення; основні напрями управління процесами інвестиційного забезпечення агровиробників з радіаційно забруднених територій; концептуальну модель управління інвестиційним забезпеченням сільськогосподарських підприємств радіаційно забруднених територій.

Додатково охарактеризовано об'єднання сільськогосподарських підприємств на радіаційно забруднених територіях в агрокластер з визначенням його впливу на їх інвестиційну діяльність.

Вважаємо, що проблематика кластеризації сільськогосподарських підприємств, що працюють на забруднених радіацією територіях, потребує подальших наукових досліджень.

1. Пужай-Череда А.В. Проблеми та перспективи реформування галузі АПК в Україні / А.В. Пужай-Череда // Теоретичні і практичні аспекти економіки та інтелектуальної власності : зб. наук. праць : у 2-х вип. – № 1. – Т. 1. – Маріуполь : ПДТУ, 2016. – С. 41–48.

2. Нагірна В.П. Можливі загрози сільському господарству України з позиції екобезпеки / В.П. Нагірна, І.Г. Савчук // Економіка України. – 2014. – № 2 (627). – С. 71–83.

3. Геїтальти соціально-економічних систем : [монографія] / [О.В. Мосієнко, Є.І. Ходаківський, В.В. Вольська та ін.] ; за ред. Є.І. Ходаківського. – Житомир : Рута, 2016. – 226 с.

4. Корчинська С.П. Економічне стимулювання власників землі та землекористувачів за зниження радіоактивного забруднення ґрунтів / С.П. Корчинська, М.П. Снопко // Економіка АПК. – 2006. – № 5. – С. 60–63.
5. Павловська Л.Д. Інвестиційне забезпечення економічного розвитку сільськогосподарських підприємств : [монографія] / Л.Д. Павловська, В.М. Ходаківський. – Житомир : Полісся, 2015. – 236 с.
6. Ратников А.Н. К проблеме ведения растениеводства на радиоактивно загрязненных территориях / А.Н. Ратников // Радиация и риск (Бюллетень Национального радиационно-эпидемиологического регистра). – 1997. – №. 9. – С. 61–65.
7. Василенко С.В. Статистичні аспекти діяльності підприємств на радіоактивно забрудненій території Житомирської області / С.В. Василенко // Фінанси, облік та аналіз господарської діяльності. Вісник ЖНАЕУ. – 2016. – № 1 (54). – Т. 2. – С. 223–230.
8. Валовий внутрішній продукт / Державна служба статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.ukrstat.gov.ua>.
9. Товарна структура зовнішньої торгівлі / Державна служба статистики України [Електронний ресурс] – Режим доступу : <http://www.ukrstat.gov.ua>.
10. Виробництво основних видів промислової продукції / Державна служба статистики України [Електронний ресурс] – Режим доступу : <http://www.ukrstat.gov.ua>.

E-mail: innavegera@gmail.com

УДК 332.12(477)

Лещук Г.В.

кандидат економічних наук,
доцент кафедри економіки та підприємництва,
Прикарпатський інститут імені Михайла Грушевського
Міжрегіональної академії управління персоналом

ПРОСТОРОВА АСИМЕТРИЯ ИНВЕСТИЦИОННЫХ ПРОЦЕССОВ У РАЗВИТИИ ИНФРАСТРУКТУРЫ РЕГИОНОВ УКРАИНЫ

У статті досліджено теоретико-методологічні засади структурних асиметрій інвестування розвитку інфраструктури регіонів України. Визначено, що реалізація інвестиційних проектів розвитку інфраструктури вимагає фінансових витрат, їх завершення не тільки приносить соціально-економічну користь територіальній громаді, але й зумовлює необхідність систематичних поточних експлуатаційних витрат. Проаналізовано та сформовано архітектуру просторової асиметрії інвестиційного розвитку інфраструктури на прикладі Західних регіонів України, що дало змогу встановити таке: Львівська область за найвищих показників соціально-економічного розвитку та досить високого рівня інвестиційного потенціалу не посідає перше місце за кількістю реалізованих інвестиційних проектів інфраструктурного розвитку, при цьому Закарпатська область за нижчих показників лідирує за кількістю реалізованих проектів. Визначено основні напрями щодо зниження асиметричності інвестиційного розвитку інфраструктурного комплексу Західних регіонів України.

Ключові слова: просторова асиметрія, інфраструктура, інвестування, розвиток, регіон.

ПРОСТРАНСТВЕННАЯ АСИММЕТРИЯ ИНВЕСТИЦИОННЫХ ПРОЦЕССОВ В РАЗВИТИИ ИНФРАСТРУКТУРЫ РЕГИОНОВ УКРАИНЫ

Лещук Г.В.

В статье исследованы теоретико-методологические основы структурных асимметрий инвестирования развития инфраструктуры регионов Украины. Определено, что реализация инвестиционных проектов развития инфраструктуры требует финансовых затрат, их завершение не только приносит социально-экономическую пользу территориальной общине, но и вызывает необходимость систематических текущих эксплуатационных расходов. Проанализирована и сформирована архитектура пространственной асимметрии инвестиционного развития инфраструктуры на примере Западных регионов Украины, что позволило установить следующее: Львовская область при высоких показателях социально-экономического развития и достаточно высоком уровне инвестиционного потенциала не занимает первое место по количеству реализованных инвестиционных проектов инфраструктурного развития, при этом Закарпатская область при более низких показателях лидирует по количеству реализованных проектов. Определены основные направления по снижению асимметричности инвестиционного развития инфраструктурного комплекса Западных регионов Украины.

Ключевые слова: пространственная асимметрия, инфраструктура, инвестиции, развитие, регион.

SPATIAL ASYMMETRY OF THE INVESTMENT PROCESSES IN DEVELOPMENT OF REGIONS INFRASTRUCTURE OF UKRAINE

Leshuk H.

The theoretical and methodological principles of structural asymmetries of investment in the development of regions infrastructure of Ukraine are researched. It is determined that realization of investment projects for infrastructure development requires financial expenses, their completion brings not only social and economic benefits to the territorial community, but also require systematic operating costs. The architecture of spatial asymmetry of investment development of infrastructure on the example of Western regions of Ukraine was analyzed and formed, which allowed to establish the following: Lviv region with the highest indicators of social and economic development and a sufficiently high level of investment potential does not take a first place in the number of implemented investment projects of infrastructure development, while the Zakarpathy region with the lowest rates is leading by the number of implemented projects. The basic directions concerning decrease of asymmetry of investment development of the infrastructure complex of the Western regions of Ukraine are determined.

Keywords: spatial asymmetry, infrastructure, investment, development, region.

Постановка проблеми. Процеси інвестування розвитку інфраструктурного комплексу регіонів України є важливим соціально-економічним індикатором, що визначають та покращують функціонування пріоритетних регіональних галузей. При цьому основним

інструментом змін є підвищення ефективності та інвестиційної привабливості регіонів України. Регіони набувають все більшої самостійності, що розширює коло можливостей їх розвитку. Регіональні програми передбачають досить велику кількість заходів щодо

залучення інвестицій до різних галузей. Залучення та раціональне освоєння інвестиційних надходжень є найважливішим завданням інвестиційної регіональної політики. Актуальною нині залишається проблематика асиметрії капітальних інвестицій у регіони України та розвитку їх інфраструктури, оскільки найбільша кількість коштів залучається до промислово розвинених регіонів чи регіонів, що швидко розвиваються.

Збереження тенденцій до стиснення економічного простору країни підтверджує факт концентрації інвестицій у найбільш економічно ефективних регіонах. Нерівномірний просторовий розподіл інвестицій і виробництва валового регіонального продукту є результатом низької ефективності використання капіталу та подальшого поширення тенденцій посилення локалізації економічної активності й управління фінансовими і товарними потоками.

Узагальнено структурні асиметрії визначають як певні відмінності в розподілі соціально-економічних явищ, тобто співвідношення середніх показників регіону. Просторова економічна асиметрія найбільше виражена в інвестиційній сфері, що зумовлює виникнення значних негативних наслідків та процесів. Показники динаміки економічного розвитку численні, що визначає велику кількість різних показників економічної асиметрії. Серед показників економічної асиметрії виокремлюють такі групи: виробничі, ресурсно-інфраструктурні, науково-технічні, інвестиційні та зовнішньоторговельні показники.

Нині великого значення набувають інфраструктурні показники. Це пов'язано насамперед з неухильним підвищенням частки витрат на транспортне обслуговування, енергоносії, сировину та матеріали. У зв'язку з цим стан і розвиток інфраструктури фактично характеризують регіональні можливості стабільного розвитку в перспективі й потенціал для зниження витрат виробництва [1].

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Сучасним дослідженням проблем нерівномірності розвитку економіки та, зокрема, передумов регіональних асиметрій присвячено наукові праці З. Варналія, З. Герасимчук, М. Долішнього, А. Маршалла, М. Портера, Б. Данилишина, І. Сторонянської, Н. Мікули, А. Мокія та інших вітчизняних та іноземних вчених. Дослідженню регіональних інвестиційних процесів в Україні присвячено наукові роботи О. Гаврилюка, В. Гейця, Б. Губського, С. Захаріна, В. Мікловди, В. Сіденка, Д. Лук'яненко, В. Федоренка, Г. Харламової Л. Шевчук та інших вчених. Водночас інвестиційні фактори виникнення структурних асиметрій в інфраструктурному розвитку регіонів України є менш дослідженими, оскільки переважно автори обмежуються аналізом показників нерівномірності регіонального соціально-економічного розвитку.

Зокрема, Р. МакКвейда і М. Грейга зазначають, що інвестиції в інфраструктуру, швидше за все, сприяють централізації і концентрації, ніж підвищенню економічної активності, і можуть, як наслідок, бути корисними регіонам/областям, які найменше потребують економічної експансії [2].

Розвиток регіональної просторово-економічної системи відбувається відповідно до концепції теорії економічних циклів і є процесом взаємодії та просторового сполучення елементів виробничого, фінансово-

економічного, інфраструктурного, інституційного та соціального характерів, які мають комплексний ендогенний характер, цілеспрямовано функціонують у реальному просторі в розмірах, пропорціях і масштабах з метою забезпечення сталого поступального розвитку як окремих складових елементів, так і загалом просторової системи [3].

Аналіз наукових праць свідчить про значні розбіжності щодо трактування дефініції «просторовий розвиток», оскільки відсутнє однозначне бачення визначення його складових, факторів та зв'язків. Як зазначає І. Мінняйленко [4], просторовий розвиток – це форма координації динамічного процесу кількісних і якісних змін будь-яких явищ (регіон, економіка регіону, соціально-економічна система), що враховує зв'язки всіх складових, в результаті чого розвиток набуває нового якісного стану у вигляді певного співвідношення елементів, що забезпечує отримання синергетичного ефекту.

На думку Н. Ценклер, просторовий розвиток – це оптимальне поєднання усіх складових розвитку регіону (соціальної, економічної, культурної та екологічної) із формуванням нових просторових структур, що поєднують у собі як суспільні, так і природні компоненти. У такому трактуванні просторовий розвиток є спробою інтегрувати в єдине ціле концепції економічного розвитку регіону в його всеохоплюючому значенні та концепції територіальної організації суспільства. Іншими словами, просторовий розвиток є просторово-часовою категорією і містить як динамічні та структурні, так і просторові компоненти [5].

Натомість В. Шпильовий сталий просторовий розвиток регіону пропонує розуміти як органічну сукупність різноспрямованих змін регіональних підсистем і елементів з урахуванням їх особливостей, взаємозв'язків і в рамках регіональних пріоритетів соціально-економічної політики [6, с. 68].

Регіональну асиметрію Н. Божедарнік розглядає як процес диференціації локальних і глобальних територіальних таксономічних одиниць, який відбувається під впливом посилення нерівномірного руху факторів виробництва, конкуренції та реалізації комплексної різнорівневої (локальної, регіональної, національної, наднаціональної) політики зниження диспропорційності соціально-економічного розвитку та забезпечення його сталості. Автор зосереджує увагу на об'єктивних і суб'єктивних факторах виникнення регіональних асиметрій [7].

Слід відзначити, що, зокрема, Д. Климов [8] об'єктивними факторами просторового розвитку інвестиційної діяльності пропонує визначати соціально-економічні, природні, демографічні та інфраструктурні.

Таким чином, питання активізації інвестиційних процесів у розвитку інфраструктури регіонів України, зниження рівня асиметричного просторового розвитку регіонів і підвищення ефективності функціонування інфраструктурного комплексу потребує більш глибокого й комплексного наукового дослідження та аналізування.

Постановка завдання. Метою статті є дослідження теоретичних засад просторової асиметрії інвестування розвитку інфраструктури регіонів України, аналіз економічних причин формування структурних асиметрій та формування відповідних рекомендацій щодо зни-

ження асиметричності інвестиційного розвитку інфраструктурного комплексу на прикладі Західних регіонів України.

Виклад основного матеріалу дослідження. Інвестиційна політика щодо розвитку інфраструктурного комплексу регіонів є видом політики витрат і взаємопов'язана з політикою доходів через визначені можливості використання джерел доходу на реалізацію інвестиційних проектів. Вона ґрунтується на свідомому та цільовому відборі підприємств, джерел фінансування інвестиційних витрат, а також юридичних осіб, котрі реалізують ці проекти. Реалізація інвестиційних проектів розвитку інфраструктури вимагає фінансових витрат, їх завершення не тільки приносить соціально-економічну користь територіальній громаді, але й зумовлює необхідність систематичних поточних експлуатаційних витрат об'єктів інфраструктури на завершальній стадії інвестування. Характерною рисою інфраструктурних проектів є неприбутковий характер, що повинен передбачати реальні можливості пошуків фінансування на подальше утримання (експлуатацію) функціонуючих об'єктів інфраструктури. Для цього дослідження вибрано основні показники інвестиційного потенціалу та соціально-економічного стану економічного простору Західних регіонів України за 2015 р. (табл. 1).

Інвестиційну привабливість регіонів, як правило, оцінюють за такими показниками: інвестиції в основний капітал у розрахунку на одну особу середньорічної чисельності наявного населення, грн.; інвестиції у житлове будівництво у розрахунку на одну особу середньорічної чисельності наявного населення, грн.; обсяг прямих іноземних інвестицій у розрахунку на одну особу чисельності наявного населення на кінець року, дол. США; зміна обсягу прямих іноземних інвестицій у розрахунку на одну особу середньорічної чисельності наявного населення, дол. США. Для цього дослідження пропонується, зокрема, виділення таких показників: y_1 – величина капітальних інвестицій, млрд. грн.; y_2 – величина прямих іноземних інвестицій (акціонерний капітал), млн. дол. США; y_3 – валовий регіональний продукт у фактичних цінах, млрд. грн.; y_4 – обсяги реалізованої промислової продукції (робіт, послуг) за основними видами діяльності, млрд. грн.; y_5 – чисельність зайнятого населення працездатного віку, тис. осіб; y_6 – величина експорту, млн. дол. США;

y_7 – обсяг виконаних будівельних робіт, млрд. грн.; y_8 – обіг роздрібною торгівлю, млрд. грн.; y_9 – величина доходів населення, млрд. грн.; y_{10} – проекти до плану заходів з реалізації стратегії регіонального розвитку (затверджені актом КМУ), млн. грн.

Слід відзначити, що інвестиційні проекти (y_{10}) до плану заходів з реалізації стратегії регіонального розвитку (затверджені актом КМУ) [10] переважно сконцентровані на розвитку інфраструктури громадського транспорту в сільських територіях; будівництві, реконструкції і ремонті внутрішніх доріг автомобільного сполучення і мостів; капітальному та поточному ремонті автомобільних доріг загального користування державного та місцевого значення та споруд на них, доріг та вулиць комунальної власності та споруд на них тощо. Схематично архітектура просторової асиметрії соціально-економічного стану та інвестиційного розвитку інфраструктури Західних регіонів України 2015 р. представлена на рис. 1.

Аналіз структурної асиметрії інвестиційного розвитку інфраструктури Західних регіонів України протягом 2015 р. свідчить про таке: Львівська область (P_1) за найвищих показників соціально-економічного розвитку та досить високого рівня інвестиційного потенціалу не посідає перше місце за кількістю реалізованих інвестиційних проектів інфраструктурного розвитку (ІПР), при цьому Закарпатська область (P_4) за нижчих показників (y_1 – y_{10}) лідирує за кількістю реалізованих ІПР – 63 (рис. 1), що свідчить про значну просторову та структурну асиметрію інвестиційного розвитку інфраструктури регіонів (ІРІР).

Необхідно відзначити, що найважливішими проблемами реалізації регіональної структурної політики є деформація структури регіонального капіталу та умов його відтворення. Ці проблеми безпосередньо впливають на привабливість регіонів як відповідне соціально-економічне середовище, прийнятне для процесів забезпечення розвитку територій. Для підвищення ефективності ІРІР та покращення просторової доступності необхідні (рис. 2) комплексне дослідження економічного простору, інфраструктурних об'єктів та інвестиційного потенціалу регіону; моделювання ІРІР з визначенням оптимальних сценаріїв, стратегічним плануванням, формуванням системи моніторингу ІРІР; системне аналізування ризиків ІРІР. Проведення комплексного дослідження та аналізування ІРІР за наведе-

Таблиця 1. Аналіз просторової асиметрії інвестування розвитку інфраструктури Західних регіонів України протягом 2015 р.

Регіон/показники	Львівська область (P_1)	Івано-Франківська область (P_2)	Тернопільська область (P_3)	Закарпатська область (P_4)	Чернівецька область (P_5)
y_1	13,387	9,609	3,827	3,778	2,789
y_2	1 248,1	836,6	50,1	311,5	92,2
y_3	94,960	45,854	26,656	28,952	18,506
y_4	58,502	34,741	13,541	13,872	6,824
y_5	1 023,800	526,900	395,0	498,0	322,8
y_6	1 206,325	329,7	290,982	1 094,4	108,3
y_7	3,669	1,324	0,946	0,620	0,941
y_8	95,690	46,019	32,975	36,173	27,557
y_9	57,520	105,705	73,541	122,394	76,592
y_{10}	7 237,331	155,670	109,557	1 820,345	136,480

Джерело: [9]

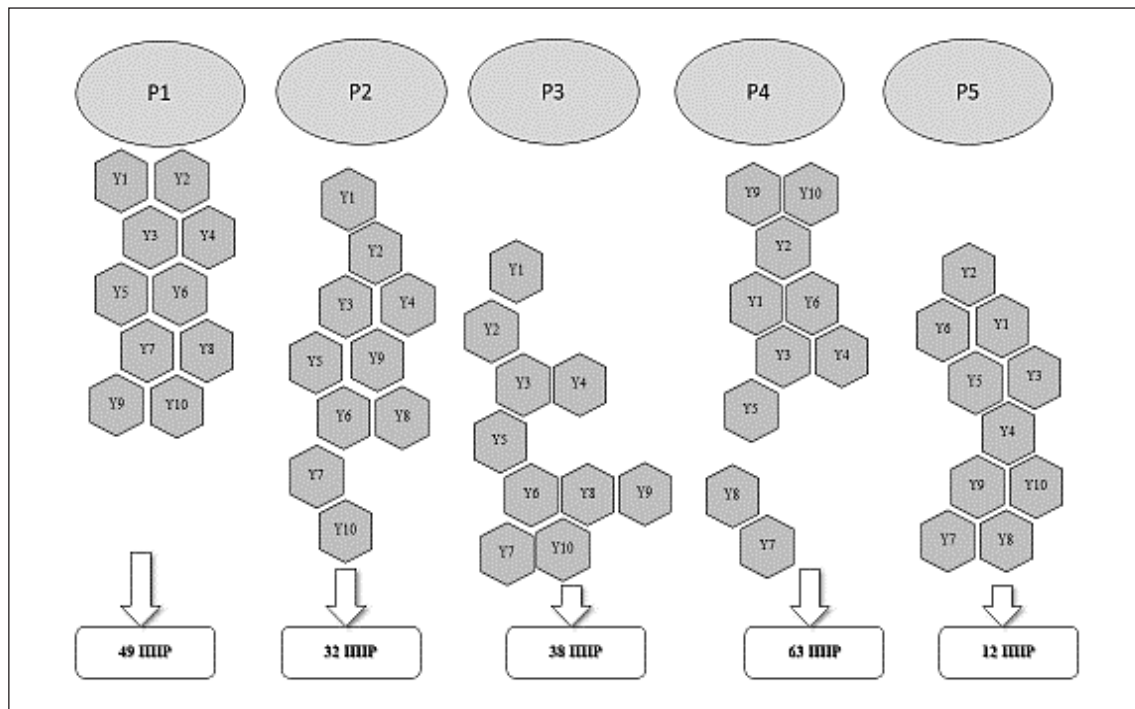


Рис. 1. Архітектура просторової асиметрії інвестиційного розвитку інфраструктури Західних регіонів України протягом 2015 р.

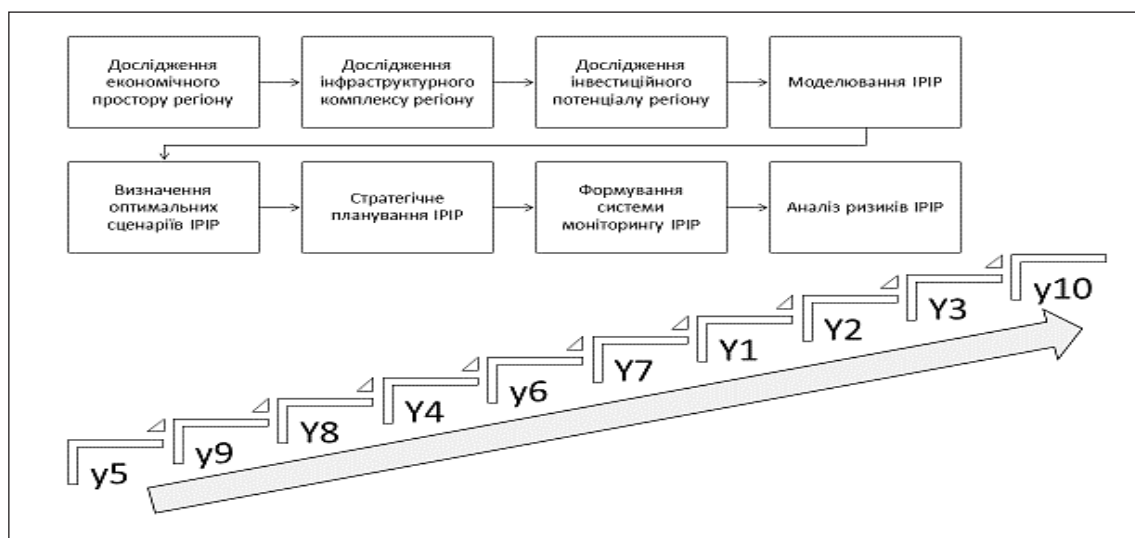


Рис. 2. Вдосконалення процесів управління ІРІР

ними напрямками дасть змогу ефективно моделювати та стратегічно планувати як соціально-економічний розвиток регіонів, так й ІРІР.

На основі наведеного аналізу пропонуються такі основні орієнтири: створення відповідних умов та середовища для розвитку підприємництва й економічного простору регіонів з урахуванням інтересів територіальної громади щодо інфраструктурного розвитку регіону та потенційних інвесторів; підвищення інвестиційної привабливості регіонів шляхом розвитку підприємництва в сфері транспорту (сполучення), інформування, енергетики тощо; створення умов для розвитку суспільного фінансування з інвестуванням

в освіту, охорону здоров'я, соціальну сферу, спорт, туризм, культуру; зменшення асиметрій соціально-економічного розвитку регіонів; зміцнення сільських осередків; відродження соціально-економічних занедбаних областей; нарощування інвестиційної привабливості в економічно занедбаних областях.

Висновки з проведеного дослідження. Отже, шляхи зниження асиметричності ІРІР повинні бути спрямовані на підвищення ефективності територіальної структури регіональних просторових систем; сприяння міжрегіональному співробітництву прикордонних регіонів (особливо для Західних регіонів України); комплексний розвиток територій на базі пріоритетів

модернізації інфраструктури регіонального розвитку для підвищення інвестиційної привабливості; усунення дисбалансу в розвитку окремих територій та забезпечення вирівнювання рівнів їх соціально-економічного розвитку. На сучасному етапі необхідно формувати дієву систему управління інвестиційними процесами в регіонах, яка б ґрунтувалась на засадах державного та громадського регулювання, а також ринкового саморегулювання процесів інвестування розвитку інфраструктурного комплексу.

Проведення дослідження ІРІР на прикладі Західних областей підтверджує актуальність системної оптимізації програми розвитку даних регіонів, що може під-

тримуватися інвестиціями з джерел Євросоюзу, тим самим створюючи регіональну політику підтримки. Оскільки інвестиції – це основний інструмент формування конкурентоспроможної економіки регіону, то стратегічне планування системного та стійкого ІРІР повинно бути узгодженою програмою, яка спрямована на досягнення найвищого рівня життя територіальної громади.

Досліджені та проаналізовані теоретико-методологічні засади структурних асиметрій ІРІР будуть покладені в основу майбутніх наукових досліджень щодо моделювання ІРІР та розроблення оптимальних сценаріїв розвитку.

1. Жовтяк Г. Оцінювання просторової асиметрії розміщення продуктивних сил в економіці регіону / Г. Жовтяк // *Ефективна економіка*. – 2015. – № 9.
2. McQuaid R. *Transport and the Scottish economy: key issues* / R. McQuaid, M. Greig // *Employment Research Institute and Transport Research Institute, Napier University* [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://www.stir.ac.uk/research/hub/publication/13459>.
3. Ткач О. Просторова організація економіки регіону в умовах глобалізації / О. Ткач // *Актуальні проблеми розвитку економіки регіону*. – 2014. – Вип. 10 (2). – С. 114–120. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [http://nbuv.gov.ua/UJRN/aprer_2014_10\(2\)_20](http://nbuv.gov.ua/UJRN/aprer_2014_10(2)_20).
4. Міняйленко І. Просторовий розвиток регіону: еволюція сучасних уявлень щодо сутності категорії / І. Міняйленко // *Ефективна економіка*. – 2013 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.economy.nauka.com.ua>.
5. Ценклер Н. Просторова інноваційна мережа Карпатського регіону: сутність, проблеми та напрями формування / Н. Ценклер // *Глобальні та національні проблеми економіки*. – 2015. – Вип. 8. – С. 785–790. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://global-national.in.ua/archive/8-2015/166.pdf>.
6. Шпильовий В. Методологічні основи сталого просторового розвитку: регіональний аспект / В. Шпильовий // *Збірник наукових праць Черкаського державного технологічного університету. Серія: Економічні науки*. – 2015. – Вип. 40 (3). – С. 67–72. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Znpchdtu_2015_40\(3\)_12](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Znpchdtu_2015_40(3)_12).
7. Божидарнік Н. *Регіональна асиметрія в Європейському Союзі та механізми її регулювання* : автореф. дис. ... канд. екон. наук : 08.05.01 «Світове господарство і міжнародні економічні відносини» / Н. Божидарнік ; Київський національний економічний університет ім. Вадима Гетьмана. – К. : КНЕУ, 2007. – 20 с.
8. Климов Д. *Пространственная неоднородность распределения инвестиционной деятельности в Российской Федерации* / Д. Климов // *Вестник Южно-Уральского государственного университета. Серия: Экономика и менеджмент*. – 2010. – № 39. – Вип. 16. – С. 42–47.
9. *Державна служба статистики України* [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.ukrstat.gov.ua>.
10. *Інвестиційні програми і проекти регіонального розвитку* // *Онлайн-платформа ДФРР* [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://dfrr.minregion.gov.ua/Projects-list?PAREA=0&PDIST=0&PTHEM=0&PYEAR=0&PZVIT=0>.

E-mail: galynaleshuk@gmail.com

УДК 336.647/.648+339.72

Рубанов П.М.

кандидат економічних наук,
доцент кафедри фінансів і кредиту,
Сумський державний університет

АЛЬТЕРНАТИВНЕ ОНЛАЙН-ФІНАНСУВАННЯ ДЛЯ МАЛОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА: КРОС-КРАЇНОВИЙ АНАЛІЗ

У статті досліджено основні види джерел формування фінансових ресурсів підприємств, розглянуто специфічні особливості формування капіталу суб'єктами малого підприємництва та проблеми залучення банківських кредитів, а також виокремлено фактори, що визначають структуру джерел фінансування, такі як стадія життєвого циклу підприємства та тип фінансованих активів. Проаналізовано тенденції і видову структуру залучених фінансових ресурсів для фінансування інвестиційної діяльності та оборотного капіталу підприємств у різних країнах світу. Досліджено тенденції використання суб'єктами малого та середнього бізнесу європейських країн інструментів альтернативного фінансування на основі онлайн-платформ (краудфандингу, peer-to-peer позик, онлайн-факторингу). Визначено переваги та перспективи використання альтернативного фінансування для фінансового забезпечення діяльності малих підприємств.

Ключові слова: малий бізнес, фінансове забезпечення, альтернативне онлайн-фінансування, краудфандинг, інвестиції, оборотний капітал.

АЛЬТЕРНАТИВНОЕ ОНЛАЙН-ФИНАНСИРОВАНИЕ ДЛЯ МАЛОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА: КРОСС-СТРАНОВОЙ АНАЛИЗ

Рубанов П.Н.

В статье исследованы основные виды источников формирования финансовых ресурсов предприятий, рассмотрены специфические особенности формирования капитала субъектами малого предпринимательства и проблемы привлечения банковских кредитов, а также выделены факторы, определяющие структуру источников финансирования, такие как стадия жизненного цикла предприятия и тип финансируемых активов. Проанализированы тенденции и видовая структура привлеченных финансовых ресурсов для финансирования инвестиционной деятельности и оборотного капитала предприятий в разных странах мира. Исследованы тенденции использования субъектами малого и среднего бизнеса европейских стран инструментов альтернативного финансирования на основе онлайн-платформ (краудфандинга, peer-to-peer займов, онлайн-факторинга). Определены преимущества и перспективы использования альтернативного онлайн финансирования для финансового обеспечения деятельности малых предприятий.

Ключевые слова: малый бизнес, финансовое обеспечение, альтернативное онлайн-финансирование, краудфандинг, инвестиции, оборотный капитал.

ONLINE ALTERNATIVE FINANCE FOR SMALL ENTREPRENEURSHIP: CROSS-COUNTRY ANALYSIS

Rubanov P.

The article explores the main types of funding sources of enterprises. Specific features of capital formation by small businesses and the problems of bank loans attraction are considered. The factors determining the structure of funding sources, such as enterprise life cycle stage and the type of funded assets, are identified. The tendencies and specific structure of attracted financial resources for financing of investment activity and working capital of different companies worldwide are analyzed. The trends of using alternative financing tools based on online platforms (crowdfunding, peer-to-peer loans, online factoring) by small and medium-sized enterprises of European countries are researched. The advantages and perspectives of using alternative financing for providing financial support of small enterprises activity are determined.

Keywords: small business, funding, alternative online finance, crowdfunding, investment, working capital.

Постановка проблеми. Питання забезпечення достатнього фінансування діяльності і розвитку суб'єктів малого підприємництва завжди залишається актуальним для економіки будь-якої країни. Порівняно з великими підприємствами малий бізнес об'єктивно має більш обмежений вибір доступних традиційних джерел формування основного і оборотного капіталу, а програми державної підтримки малих підприємств не завжди виявляються досить дієвими та ефективними.

Водночас сучасний рівень розвитку інформаційних технологій створив підґрунтя для формування принципово нових інструментів перерозподілу фінансових ресурсів між суб'єктами економіки, зокрема на основі використання альтернативної до традиційного фінансового посередництва системи фінансування у формі спеціалізованих онлайн-платформ. Залучення коштів через такі платформи з метою фінансування інвестиційних проектів та надання позик для поповнення обо-

ротного капіталу з кожним роком набуває все більшої популярності. В умовах значного дефіциту фінансових ресурсів, з яким регулярно стикається більшість вітчизняних малих підприємств, дослідження альтернативних моделей фінансування та можливостей їх використання в Україні може стати вагомим передумовою підвищення рівня фінансової забезпеченості малого бізнесу.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблемам розвитку малого підприємництва та його фінансового забезпечення приділено багато уваги у працях українських науковців. Зокрема, ці питання висвітлені в роботах Л.В. Барбакової, У.З. Ватаманюк-Зелінської, В.І. Варцаби, Г.М. Кампо, О.О. Другова, О.І. Куцика, І.А. Ломачинської, В.В. Сирветник-Царій, С.М. Сокотенюк. Водночас питання використання альтернативних фінансів, зокрема краудфандингу та peer-to-peer кредитування, для фінансування інвестицій та оборотного капіталу малих підприємств у вітчизняній науці залишається малодослідженим. Специфіка і роль альтернативного онлайн-фінансування діяльності малих і середніх підприємств розглядається у дослідженнях таких зарубіжних науковців, як, зокрема, Брайан Чжан (Bryan Zhang), Роберт Вардроп (Robert Wardrop), Пітер Баек (Peter Baeck), Таня Циглер (Tania Ziegler).

Постановка завдання. Метою статті є дослідження джерел формування фінансових ресурсів підприємств і особливостей їх використання у діяльності малих підприємств, вивчення можливостей та умов використання альтернативного онлайн-фінансування для підприємств малого і середнього бізнесу.

Виклад основного матеріалу дослідження. Для суб'єктів господарювання фінанси виконують перш за все ресурсозабезпечуючу функцію, що дає змогу формувати необхідний розмір оборотних коштів та основних засобів підприємства. Наявність у підприємства

достатнього обсягу фінансових ресурсів є умовою його безперервної операційної діяльності і виконання виробничої програми. Залежно від джерел формування фінансові ресурси підприємства можна згрупувати за такими видами: власні, залучені та позикові (рис. 1).

Вважається, що в оптимальних умовах у капіталі підприємства переважають власні джерела фінансових ресурсів (переважно внутрішні, ті що згенеровані самим підприємством), оскільки це є ознакою достатнього рівня автономії суб'єкта господарювання та умовою забезпечення його фінансової стійкості у довгостроковій перспективі. Основними джерелами власних фінансових ресурсів є прибуток і амортизаційні відрахування, які є результатом операційної діяльності підприємства [7, с. 241]. Окрім того, для забезпечення поточних потреб у фінансових ресурсах можуть використовуватися стійкі (сталі) пасиви, тобто та частина безкоштовно залучених коштів, яка фактично постійно знаходиться у використанні підприємства (наприклад, мінімальний незнижуваний рівень кредиторської заборгованості). Прирівняними до власних фінансових ресурсів підприємства є також кошти, які отримані ним із зовнішніх джерел на безповоротній та номінально безоплатній основі. До цих джерел фінансових ресурсів, зокрема, відносяться кошти, залучені в результаті додаткової емісії пайових цінних паперів, а також кошти, що надійшли з державного чи місцевих бюджетів, інші безоплатно отримані активи від фізичних та юридичних осіб.

Як свідчить світовий досвід, у сучасних умовах неможливо досягти високих темпів зростання виробничої потужності і обсягу реалізації продукції, спираючись лише на використання власних та незначних за своїм розміром залучених фінансових ресурсів [8, с. 184]. Саме позикові кошти, які надаються на умовах строковості, платності і поворотності, відіграють

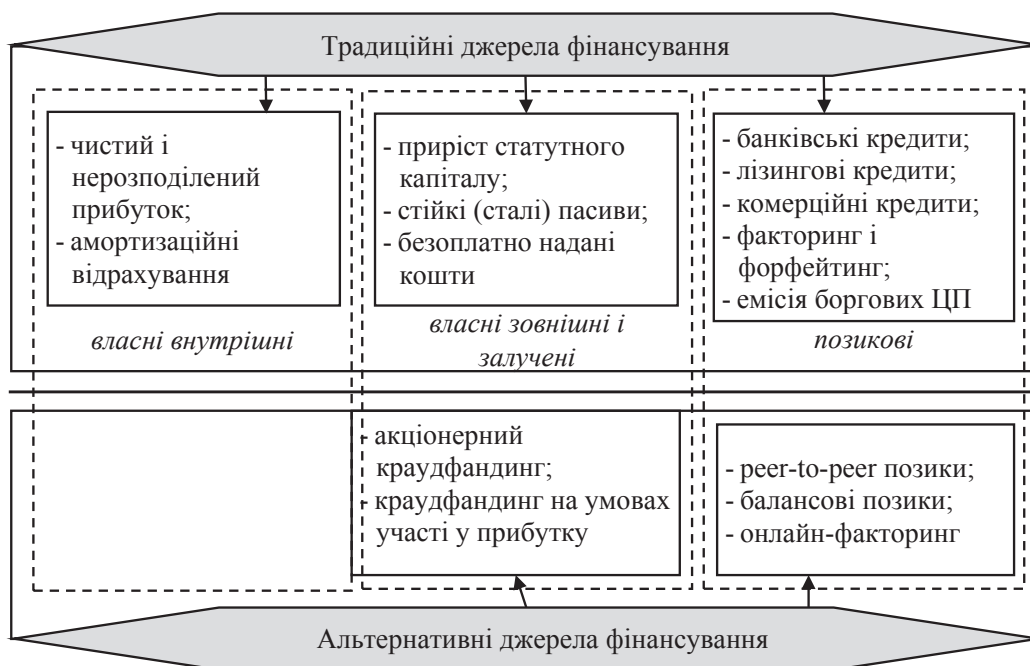


Рис. 1. Джерела формування фінансових ресурсів підприємств

Джерело: власна розробка

вагому роль у фінансовому забезпеченні діяльності підприємств, а особливо в розвитку малого бізнесу. Позикові фінансові ресурси можуть отримуватись підприємством з різних джерел, які включають банківські кредити; позики небанківських фінансово-кредитних установ (лізингових і факторингових компаній, інвестиційних фондів); комерційні кредити (у формі товарних кредитів і одержаних авансів), а також кошти, залучені на фінансовому ринку від широкого кола учасників шляхом емісії і розміщення боргових цінних паперів (наприклад, корпоративних облігацій).

Протягом останніх декількох років помітною тенденцією у фінансовому забезпеченні бізнесової діяльності фізичних та інноваційно орієнтованих юридичних осіб стало зростання ролі альтернативного онлайн-фінансування. До сучасних форм альтернативного фінансування, спрямованих на нарощення основного і оборотного капіталу, які можуть використовуватися у сфері малого підприємництва, відносяться такі [3; 4]:

- реєт-to-реєт позики, тобто прямі залучення позикових коштів від фізичних та юридичних осіб через онлайн-платформи та без участі традиційного фінансового посередника;

- балансові позики для бізнесу, здійснені шляхом кредитування через онлайн-платформи, за якого сума позики безпосередньо списується з балансу установи, яка здійснює управління платформою;

- акціонерний краудфандинг, оснований на отриманні коштів від онлайн-інвесторів в обмін на прості акції підприємства, дивіденди або право участі в управлінні;

- краудфандинг з нефінансовою винагородою, коли відбувається залучення коштів під інвестиційний або інший проект на умовах відсутності реального грошового потоку як оплати використання фінансових ресурсів учасників, із забезпеченням натомість надавачам коштів нефінансової винагороди чи опосередкованої вигоди в різноманітній формі (право першочергового отримання нового, інноваційного продукту, отримання товару зі знижкою у ціні чи з іншими вигодами);

- краудфандинг на умовах участі у прибутку, який передбачає отримання коштів від інвесторів на умовах виплати їм частини прибутку від реалізації проекту у вигляді дивідендів, роялті тощо зі збереженням з боку отримувача коштів (ініціатора проекту) повного контролю над своїм проектом (власним бізнесом);

- краудфандинг з відсутністю винагороди, який базується на залученні коштів на безоплатній і безповоротній основі, коли отримувачі (розпорядники) фінансових ресурсів не мають жодних зобов'язань перед фінансовими донорами;

- фінансування дебіторської заборгованості («онлайн-факторинг»), тобто продаж підприємством наявних рахунків-фактур через онлайн-платформи фізичним та юридичним особам;

- позики, опосередковані використанням боргових цінних паперів, коли здійснюється онлайн-продаж позабіржових незабезпечених боргових цінних паперів індивідуальним та інституційним інвесторам.

Альтернативне фінансування може здійснюватися підприємством як на борговій, так і на пайовій основі, що дає змогу віднести його різновиди до позикових

чи залучених джерел фінансових ресурсів. Позикову основу (із зобов'язанням повернути кошти у визначений термін та зі сплатою доходу) мають такі форми альтернативного фінансування: реєт-to-реєт і балансові позики, продаж рахунків-фактур і боргових цінних паперів. Окрім того, до умовно (частково) боргових можна віднести деякі види краудфандингу, зокрема краудфандинг з нефінансовою винагородою. Пайову основу, яка передбачає участь у прибутках та/або управлінні компанією, має фінансування у формі акціонерного краудфандингу та краудфандингу на умовах участі в прибутку.

Фактична структура джерел формування фінансових ресурсів підприємства загалом залежить від багатьох факторів впливу, серед яких найбільш значимими є такі:

- організаційно-правова форма та розмір підприємства;

- стадія життєвого циклу підприємства (новозворене чи підприємство, яке давно функціонує; яке знаходиться у фазі розширення масштабів ринкової присутності, диверсифікації діяльності і номенклатури продукції, у фазі стабільного функціонування або скорочення діяльності);

- напрями використання зовнішніх фінансових ресурсів (інвестиції в основний капітал, фінансування постійної чи змінної частини оборотних активів).

Окрім того, для суб'єктів малого підприємництва кожне з вищезазначених джерел формування фінансових ресурсів має свої особливості та певні об'єктивні обмеження у використанні. Наприклад, обсяги власних фінансових ресурсів у малих підприємств, як правило, є обмеженими, через що суб'єкти малого бізнесу часто не мають можливості реалізовувати витратні інвестиційні проекти, а відсутність ефекту масштабу обмежує проведення самостійних досліджень у сфері високотехнологічних інновацій. За своєю організаційно-правовою формою малий бізнес переважно функціонує в рамках приватних підприємств, товариств з обмеженою відповідальністю або у менш поширеній акціонерній формі власності, яка реалізується у вигляді приватних акціонерних товариств. Окрім зовнішніх обмежень (вимог до мінімального статутного капіталу, труднощів із забезпеченням лістингу акцій на біржі), власники малих підприємств часто не бажають втрачати контроль над компанією внаслідок появи нових учасників (зокрема, через ризики зростання конфліктів та рейдерських атак). Таким чином, додаткова емісія акцій та емісійний дохід як джерела фінансових ресурсів для малих підприємств використовуються досить обмежено.

В умовах відсутності тривалої позитивної кредитної історії, менших обсягів обігу та вищих ризиків діяльності через її низьку диверсифікованість для малого підприємства досить складно отримати необхідну суму кредиту на прийнятних умовах. Крім того, підприємці часто не розглядають банківські кредити як можливе джерело формування своїх фінансових ресурсів через тривалу й ускладнену процедуру їх отримання, нестачу фахівців з фінансово-економічного обґрунтування і оцінки інвестиційних перспектив проектів та суб'єктивні негативні очікування щодо реальності отримання кредиту [7, с. 241–242]. Навіть за наявності можливості отримання кредиту його умови

по термінам, вартість, сума, вимоги до забезпечення та інші параметри часто є занадто обтяжливими або фінансово неприйнятними для малого підприємства. З огляду на зазначені об'єктивні обмеження важливою складовою фінансового забезпечення діяльності і розвитку малих підприємств можуть стати моделі альтернативного фінансування.

Розглядаючи традиційні та альтернативні джерела формування фінансових ресурсів, слід враховувати наявні відмінності у залученні коштів для новостворених і вже функціонуючих підприємств. Внутрішні джерела фінансових ресурсів для новостворених підприємств формуються, як правило, за рахунок статутного капіталу, тоді як для функціонуючих підприємств, окрім цього, також доступні надходження власних фінансових ресурсів у вигляді прибутку й амортизаційних відрахувань. Відмінності також відстежуються і під час залучення позикових коштів. Так, банки з меншою пересторогою та на кращих умовах кредитують бізнеси з позитивною кредитною історією, досить тривалим досвідом роботи на ринку, а також своїх клієнтів, які мають у них відкриті активні банківські рахунки. Відповідно, для новоствореного підприємства, навпаки, значно простіше отримати фінансування з альтернативних джерел, зокрема використовуючи краудфандингові платформи, особливо у сфері діяльності інноваційного бізнесу, привабливого для значної кількості інвесторів.

Додатково слід враховувати відмінності в структурі джерел фінансування підприємств залежно від типу активів, у які вони інвестуються, а саме на фінансування основних засобів, постійної чи змінної частини оборотного капіталу. Найбільш актуальною через більшу довгостроковість і більші ризики є проблема фінансування інвестиційної активності. На рис. 2 при-

ведена структура залучення коштів для фінансування інвестиційної діяльності підприємств у деяких країнах світу за даними Світового банку [1]. Через, з одного боку, деяку складність отримання таких статистичних даних, і довгостроковість та, з іншого боку, інертність інвестиційної активності інформація по країнах взята за різні попередні роки, що не критично для проведення аналізу з огляду на його цілі.

Аналізуючи структуру джерел фінансування інвестицій, можна констатувати, що цілком очікувано, що в усіх розглянутих країнах найбільша частка фінансування основного капіталу забезпечується власними коштами підприємств. При цьому найвища частка внутрішніх джерел фінансових ресурсів у фінансуванні інвестицій характерна для африканських країн (Камбоджа – 96,3%, Еритрея – 94,0%, Габон – 92,9%), а також деяких азійських країн (Ємен – 94,8%, М'янма – 91,6%, Бенін – 90,5%, Китай – 89,6%), які мають менш розвинений і низькокапіталізований фінансовий ринок. Серед країн з відносно низькою часткою використання внутрішніх ресурсів для фінансування інвестицій переважають європейські країни, зокрема Словаччина (47,2%), Ірландія (48,5%), Німеччина (50,6%). Для цих країн характерними є високий рівень розвитку системи банківського кредитування, а також значна частка інших альтернативних джерел зовнішнього фінансування. У цьому випадку до категорії «альтернативні джерела фінансування» відносяться не лише альтернативне онлайн-фінансування, але й інші можливі джерела отримання коштів підприємствами, такі як мікрофінансування, фінансова допомога друзів і родичів, благодійні внески. Так, у Німеччині висока частка альтернативного фінансування (13,3%) зумовлена розвитком сектору небанківських фінансових установ та механізмів мікрокредитування.

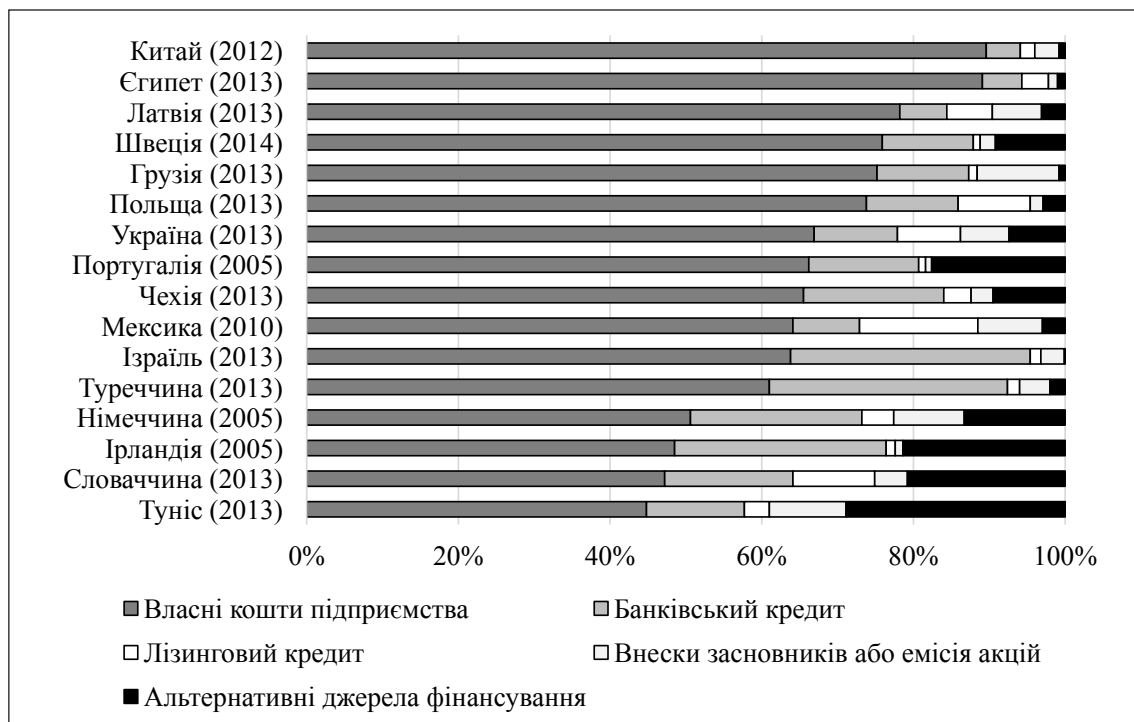


Рис. 2. Структура джерел фінансування інвестицій у деяких країнах світу, %

Джерело: складено за даними [1]

Досить високий рівень частки банківського кредитування у фінансуванні інвестицій спостерігається у багатьох латиноамериканських країнах (Перу – 34,7%, Чилі – 32,5%, Бразилія – 32,3%), а також у таких країнах, як Шрі-Ланка (53,5%), Ліван (32,9%), Ізраїль (31,6%), Туреччина (31,4%), Ірландія (27,9%). А найменшою є частка банківського кредитування в слаборозвинених африканських та азійських країнах (Камбоджа – 0,9%, Конго – 0,9%, Еритрея – 1,2%, Ємен – 1,2%, М'янма – 1,4%, Афганістан – 1,5%).

За результатами аналізу частки лізингових кредитів у фінансуванні основних засобів єдиної регіональної тенденції виділити не можна. Значною є питома вага цього джерела фінансування в деяких латиноамериканських країнах (Мексика – 15,6%, Аргентина – 14,9%), а також у багатьох європейських країнах (Чорногорія – 14,1%, Сербія – 10,9%, Словаччина – 10,8%).

Найбільша питома вага залучення коштів через інші, альтернативні джерела (кошти родичів і друзів, краудфандинг і позики через інтернет-платформи, благодійні внески, мікрофінансування тощо) спостерігається у багатьох європейських країнах, таких як Ірландія, Словаччина, Португалія, Німеччина, Іспанія, а також в африканських країнах. Проте причини поширення і джерела формування цих альтернативних фінансів в зазначених групах країн є суттєво відмінними. В африканських країнах традиційні фінансово-кредитні інституції є нерозвиненими, саме тому за сприяння багатьох міжнародних інститутів і організацій у цьому регіоні розвивається мікрофінансування. В європейських же країнах механізм залучення підприємствами коштів через онлайн-платформи набуває все більшої популярності поряд із розвиненим сектором банківських і

небанківських фінансово-кредитних установ. В Україні частка альтернативних джерел фінансування також є порівняно високою (за статистичними даними Світового банку у 2013 році вона склала 7,4%) [1]. Проте потрібно враховувати, що досягнення цього рівня онлайн-фінансування зумовлено високою часткою державної фінансової підтримки малого бізнесу. Так, зокрема, у 2013 році питома вага фінансування малих підприємств за рахунок коштів державного та місцевих бюджетів сумарно склала 9,5% [5, с. 11].

Загалом у світі середня частка внутрішніх ресурсів підприємств у фінансуванні інвестицій складає 71,3%; банківських кредитів – 14,3% (хоча частка підприємств, які використовують банківські кредити для фінансування інвестиційної діяльності, становить лише 25%); лізингових кредитів, внесків засновників та альтернативних джерел – приблизно по 5%.

Структура джерел фінансування оборотного капіталу підприємств у розрізі країн світу загалом повторює тенденції, характерні для фінансування інвестиційних вкладень (рис. 3). Так, найбільшою є частка використання банківських кредитів у Чилі, Бразилії, Перу, Ірландії, а очікувано найменшою – в Ємені, Еритреї, М'ямі, Конго, Єгипті. До групи країн з найменшим рівнем залучення банківських кредитів на фінансування оборотного капіталу належить і Україна (3,6%).

Вибір різновиду альтернативного онлайн-фінансування залежить від напрямку використання фінансових ресурсів підприємства. Так, здебільшого краудфандингові платформи вибираються для фінансування нових інвестиційних проектів в рамках вже наявних бізнесів та для стартап-проектів. Потенційні капі-

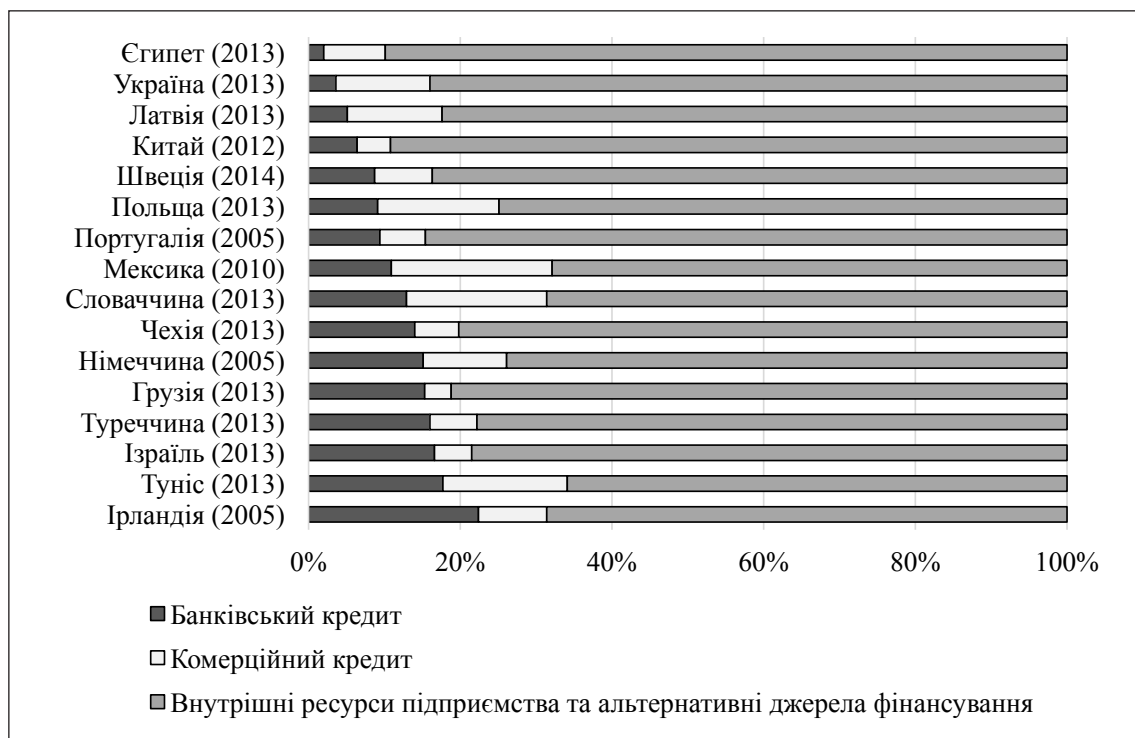


Рис. 3. Структура джерел фінансування оборотного капіталу підприємств у різних країнах світу, %

Джерело: складено за даними [1]

талодавці, які використовують краудфандингові та peer-to-peer платформи, з більшою ймовірністю вкладуть кошти в «ідею», принципово новий проект або підтримають наявний бізнес щодо закупівлі нового обладнання, транспортного засобу, аніж профінансують його потребу в оборотному капіталі. Саме через це залучити малим підприємствам альтернативні джерела для покриття своєї потреби в оборотному капіталі об'єктивно набагато складніше. Швидке ж поповнення обігових коштів може забезпечити фінансування дебіторської заборгованості через «онлайн-факторинг», проте такий механізм набув розвитку і популярності лише у декількох країнах світу. Тому найбільш доступним джерелом фінансування оборотного капіталу для малого бізнесу залишається мікрокредитування.

Узагальнюючи результати аналізу структури джерел фінансування підприємств у різних країнах світу, можна зробити висновок про перспективність і доцільність розвитку моделей альтернативного фінансування на основі онлайн-платформ. Зацікавленість у їх використанні в розвинених країнах світу зросла після фінансової кризи та подальших заходів з посилення рівня регулювання діяльності банківських установ, посилення уваги до достовірності оцінки і вчасної нейтралізації кредитних ризиків та, як наслідок, встановлення банками більш жорстких умов кредитування. Значний рівень перекредитованості економіки у докризовий період і тягар неякісних кредитних портфелів, посилений дефіцитом ліквідності у післякризовий період, пригальмували обсяги банківського кредитування у багатьох країнах світу. В Україні скорочення банківського кредитування підприємств після фінансової кризи додатково поглибилося через погіршення економічної ситуації та внаслідок дії низки макроекономічних і військово-політичних факторів, які вплинули як на позичальників, так і на кредиторів.

Розвиток альтернативного фінансування є особливо значимим для малих підприємств, які мають найбільш обмежений доступ до традиційних джерел фінансування та відчувають дефіцит власних фінансових ресурсів для фінансування поточної діяльності та розширеного відтворення виробництва. В окремих країнах протягом останніх років альтернативне онлайн-фінансування малого і середнього бізнесу розвивається швидкими темпами. У Великобританії, яка є лідером європейського ринку альтернативних фінансів, стрімке зростання ринку peer-to-peer позик та онлайн-факторингу забезпечило у 2014 році фінансування близько 7 000 малих і середніх підприємств загальним обсягом близько 1 млрд. фунтів стерлінгів. За оцінками Кембриджського центру альтернативних фінансів у 2015 році темп приросту ринку альтернативного фінансування підприємницького сектору склав 120%, забезпечивши формування передусім стартового, інвестиційного та оборотного капіталу підприємств на 2,2 млрд. фунтів стерлінгів для близько 20 000 малих підприємств [3, с. 11].

Меншими за обсягами, але не менш динамічними за темпами розвитку є ринки альтернативного фінансування малих і середніх підприємств і в інших європейських країнах. Найбільший розвиток альтернативного фінансування малого і середнього бізнесу (МСБ) останніми роками спостерігався в таких країнах ЄС, як Франція, Німеччина, Нідерланди, Іспанія. Загалом за період 2012–2015 роки обсяги ринку альтернативного фінансування МСБ в Європі зросли у 7,7 разів, а кількість суб'єктів МСБ, що залучили кошти через механізм альтернативного фінансування, – у 8,7 разів (рис. 4).

Наведені показники розвитку ринку фінансування МСБ сформовані на основі даних про обсяги peer-to-peer бізнес-позик, акціонерного краудфандингу, фінансування дебіторської заборгованості через онлайн-продаж рахунків-фактур та оцінки частки ринку

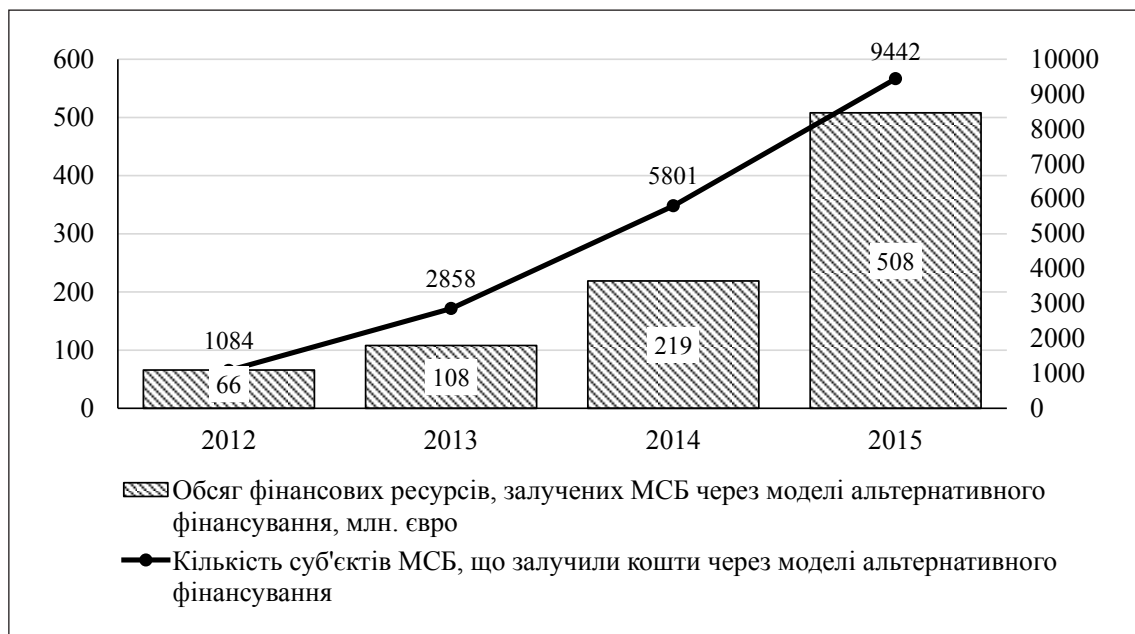


Рис. 4. Використання альтернативного фінансування суб'єктами МСБ в європейських країнах (без Великобританії) у 2012–2015 роках

Джерело: складено за даними [2; 4]

краудфандингу з нефінансовою винагородою, який використовується для капіталізації підприємств [2].

У сучасних умовах моделі альтернативного фінансування бізнесу з використанням спеціалізованих онлайн-платформ забезпечують реальне та ефективне джерело формування фінансових ресурсів підприємств, особливо у сфері малого і середнього бізнесу, причому як в розвинених країнах, так і в країнах, що розвиваються. Такому швидкому розвитку сприяють все ще низький рівень нормативно-законодавчих обмежень і державного регулювання, прозорість процесу інвестування, диверсифікація ризику серед великої кількості інвесторів, зниження дохідності (і в деяких випадках до від'ємних значень) від традиційних напрямів розміщення інвесторами своїх коштів у банківській системі і на фондовому ринку боргових ЦП.

Моделі альтернативного онлайн-фінансування мають низку переваг для залучення інвестицій та фінансових ресурсів для фінансування робочого капіталу суб'єктами малого підприємництва порівняно з традиційними каналами отримання зовнішніх фінансових ресурсів (від банків і на фондовому ринку). На відміну від банківського кредитування, моделі альтернативного фінансування дають змогу залучити кошти без реального забезпечення на етапі появи бізнес-ідеї або для новоствореного підприємства в необхідному обсязі (до 100% від потреби, а часто і в декілька разів більше) та на вигідних умовах. Дострокове погашення суми позики при реєр-to-реєр кредитуванні не передбачає штрафних санкцій, які можливі під час банківського кредитування.

Як для надавачів, так і отримувачів фінансових ресурсів альтернативне онлайн-фінансування бізнесу характеризується швидкістю, простотою і зрозумілістю операцій. Для інвесторів (надавачів фінансових ресурсів) моделі альтернативного фінансування – це новий додатковий напрям вкладення коштів і отримання прибутку, а також можливість підтримати суспільно важливі та особисто значимі для них бізнес-ідеї чи інноваційні проекти.

Висновки з проведеного дослідження. Основну частину джерел фінансування малих підприємств складають власні та прирівняні до них фінансові ресурси. Проте все більшої значущості у фінансовому забезпеченні діяльності підприємств МСБ набувають моделі альтернативного онлайн-фінансування бізнесу, зокрема реєр-to-реєр бізнес-позики, акціонерний краудфандинг, краудфандинг на умовах участі у прибутку, краудфандинг з нефінансовою винагородою та онлайн-фінансування дебіторської заборгованості. Динаміка розвитку протягом останніх років європейського ринку альтернативного фінансування бізнесу засвідчила ефективність і перспективність використання таких моделей, а також їх найбільші переваги саме для малого і середнього бізнесу. Через проблеми достатності, доступності, довгострокової обмеженості і високої вартості фінансових ресурсів, ризику ворожого поглинання, які існують у фінансовій діяльності вітчизняних малих підприємств, використання альтернативного онлайн-фінансування може стати важливою складовою формування їх фінансових ресурсів і забезпечення ефективного розвитку.

1. *Data on Finance – World Bank Enterprise Survey of Business Managers* // World Bank Group [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.enterprisesurveys.org>.

2. *Moving Mainstream: The European Alternative Finance Benchmarking Report* / [R. Wardrop, B. Zhang, R. Rau, M. Gray]. – 2015. – 44 p. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : https://www.jbs.cam.ac.uk/fileadmin/user_upload/research/centres/alternative-finance/downloads/2015-uk-alternative-finance-benchmarking-report.pdf.

3. *Pushing Boundaries: The 2015 UK Alternative Finance Industry Report* / [B. Zhang, P. Baeck, T. Ziegler, J. Bone, K. Garvey]. – February 2016. – 56 p. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : https://www.jbs.cam.ac.uk/fileadmin/user_upload/research/centres/alternative-finance/downloads/2015-uk-alternative-finance-industry-report.pdf.

4. *Sustaining momentum: the 2nd European alternative finance industry report* / [B. Zhang, R. Wardrop, T. Ziegler, A. Lui and others] // Cambridge Centre for Alternative Finance. – September 2016. – 84 p. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : https://www.jbs.cam.ac.uk/fileadmin/user_upload/research/centres/alternative-finance/downloads/2016-european-alternative-finance-report-sustaining-momentum.pdf.

5. Аналітичний звіт про стан і перспективи розвитку малого та середнього підприємництва в Україні. – К. : Державна служба України з питань регуляторної політики та розвитку підприємництва, 2014. – 40 с. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.dkrp.gov.ua/info/3226>.

6. Варцаба В.І. Проблеми фінансового забезпечення розвитку малого бізнесу / В.І. Варцаба, Г.М. Кампо // Науковий вісник Ужгородського університету. Сер.: Економіка. – 2014. – Вип. 3. – С. 122–125. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nvuiies_2014_3_30.

7. Кузій А.А. Структурний аналіз фінансового забезпечення малого підприємництва / А.А. Кузій, С.М. Сокотенюк // Економічний вісник Національного технічного університету України «Київський політехнічний інститут». – 2015. – № 12. – С. 238–245. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://nbuv.gov.ua/UJRN/evntukpi_2015_12_36.

8. Сирветник-Царій В.В. Сучасні реалії фінансового забезпечення розвитку малого підприємництва в Україні / В.В. Сирветник-Царій // Економіка і суспільство. – 2016. – № 2. – С. 181–187. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.economyandsociety.in.ua/journal/2_ukr/33.pdf.

E-mail: r.pm@i.ua

УДК 334.7.01

Сержанов В.В.

кандидат економічних наук, доцент,
декан економічного факультету,
ДВНЗ «Ужгородський національний університет»

ОЦІНЮВАННЯ РЕЗУЛЬТАТИВНОСТІ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ПОЛІТИКИ ДЕРЖАВИ

У статті доведено й визначено, що для поступового відновлення економічного зростання національної економіки єдиною можливою виходом є фінансування за рахунок державних інвестицій. Подано оцінку результативності інвестиційної політики держави та дані щодо реалізації державних цільових програм, котрі фінансуються за рахунок державних інвестицій. За останні два роки лише 25% державних цільових програм було профінансовано та реалізовано в повному обсязі. Враховуючи стан інвестування державних коштів у фінансування державних цільових програм, проаналізували та виокремили комплекс системних недоліків у виконанні державних цільових програм, а також запропонували комплекс заходів щодо нівелювання негативних тенденцій в реалізації державної інвестиційної політики.

Ключові слова: інвестиції, інвестиційна політика, структура національної економіки.

ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТИВНОСТИ ИНВЕСТИЦИОННОЙ ПОЛИТИКИ ГОСУДАРСТВА

Сержанов В.В.

В статье доказано и определено, что для постепенного восстановления экономического роста национальной экономики единственным возможным выходом является финансирование за счет государственных инвестиций. Предоставлены оценка результативности инвестиционной политики государства и данные относительно реализации государственных целевых программ, которые финансируются за счет государственных инвестиций. За последние два года только 25% государственных целевых программ были осуществлены и реализованы в полном объеме. Учитывая состояние инвестирования государственных средств на финансирование государственных целевых программ, проанализировали и выделили комплекс системных недостатков в выполнении государственных целевых программ, а также предложили комплекс мер по нивелированию негативных тенденций в реализации государственной инвестиционной политики.

Ключевые слова: инвестиции, инвестиционная политика, структура национальной экономики.

EVALUATION OF RESULTABILITY OF THE STATE INVESTMENT POLICY

Serzhanov V.

It is proved in the article that for the gradual restoration of the economic growth of the national economy the only possible solution is financing through state investments. An assessment of the effectiveness of the investment policy of the state, testifies, disappointing data, regarding the implementation of state target programs, which are financed by public investment. Over the past two years, only 25% of state target programs have been funded and implemented in full. Taking into account the state of investment of state funds in financing of state target programs, a complex of system deficiencies in the implementation of state target programs was analyzed and identified, as well as a set of measures aimed at leveling up of negative tendencies in the implementation of state investment policy.

Keywords: investments, investment policy, structure of national economy.

Постановка проблеми. Сучасна економічна ситуація спонукає до посилення фінансування всіх галузей та сфер економіки. Відповідно, більшість секторів сфер відчуває гостру потребу в збільшенні інвестицій. Нині залучення інвестиційних коштів від іноземних інвесторів обтяжене різного роду загальновідомими економічними та політичними обставинами. Тому для поступового відновлення економічного зростання національної економіки єдиною можливою виходом є фінансування за рахунок державних інвестицій.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Вагомий внесок у дослідження теоретичних основ інвестування, їх структури та джерел здійснено в наукових працях таких відомих українських вчених, як, зокрема, М. Єрмошенко, С. Єрохін, А. Музиченко, А. Пересада.

Постановка завдання. Мета статті полягає в оцінюванні результативності інвестиційної політики дер-

жави, що обумовлено неефективністю використання державних інвестицій, про що свідчать дані щодо реалізації за останні два роки лише 25% державних цільових програм.

Виклад основного матеріалу дослідження. Від здійснюваної інвестиційної політики держави залежить її репутація на світових ринках та визначається її інвестиційна привабливість. Нині Україні доступна низка переваг в здійсненні інвестиційної політики, а саме високий потенціал національного ринку, доступ до джерел сировини, міжнародний імідж, вигідне географічне розташування тощо. Однак разом з перевагами у реалізації державної інвестиційної політики наявні й недоліки, котрих значно більше. Це і політична нестабільність, і порівняно невисокий індекс легкості ведення бізнесу (котрий дає інформацію інвесторам стосовно державного втручання в підприємницьку

діяльність), і рівень податкового навантаження, і регуляторні бар'єри. На жаль, цей перелік не є вичерпним та може бути продовженим.

Станом на 2016 рік за даними Світового банку Україна в рейтингу легкості ведення бізнесу посіла 83 місце. Це хоч і не перша десятка, однак значно краще, ніж в 2014 році, коли нашій країні було відведено 87 місце. Такого покращення вдалося досягнути за рахунок ключової реформи – спрощення реєстрації бізнесу, що підняло наші позиції на 40 пунктів. Зміст реформи полягав у скороченні часу на реєстрацію підприємства та скасуванні збору за державну реєстрацію бізнесу.

За останні п'ять років відбулися різкі коливання в сумах, що були залучені в економіку України з іноземних джерел. Дані рис. 1 засвідчують, що в 2015 році в національну економіку було залучено 43 371 млн. дол. США, що є найменшою величиною за останні п'ять років. В 2016 році ця сума трохи зросла, а саме на 3,27%, і становила 44 790,7 млрд. дол. США. Найбільшу суму іноземних інвестицій національна економіка отримала в 2013 році, що став піковим за останню п'ятирічку, та сума залучених інвестицій становила 58 156,9 млрд. дол. США. На жаль, в 2016 році Україні не вдалося досягти навіть рівня 2011 року, коли загальна сума прямих іноземних інвестицій становила 29 362,3 млрд. дол. США.

Впродовж 2011–2013 років спостерігалось зростання надходжень від прямих іноземних інвестицій, однак після 2013 року темпи залучення прямих іноземних інвестицій скоротилися. Цьому «сприяла» низка негативних екзогенних та ендогенних чинників політичного та економічного характерів, а саме воєнні дії на Сході країни, окупація АР Крим, інфляційні процеси, відсутність реформ тощо.

Не вдалося Україні уникнути проблеми під час здійснення державних інвестицій. Згідно з прийнятими нормативно-правовими актами у 2016 році передбачалась реалізація 29 державних цільових програм. З них 22 державні цільові програми, що передбачали інвестування за рахунок державних коштів, були схвалені постано-

вами Кабінету Міністрів України, а 7 державних цільових програм, що передбачали фінансування державним коштом, були затверджені Законами України.

Натомість на кінець 2016 року до Мінекономрозвитку було подано інформацію, що стосовно чотирьох державних цільових програм не було надіслано звітів про їх виконання, а шість державних цільових програм взагалі не були профінансовані.

Для порівняння наведемо інформацію щодо показника обсягу фінансування за планом та фактично здійснених (табл. 1).

Таблиця 1. Планові та фактичні показники фінансування державних цільових програм за рахунок бюджетних коштів різних рівнів (млрд. грн.)

	Показники обсягів фінансування	
	Планові	фактичні
Державний бюджет	44,6	18,5
Місцевий бюджет	3,4	1,3
Інші джерела	31,9	5,3
Разом	79,9	25,1

Джерело: складено автором

Під державними цільовими програмами розуміють пов'язаний за ресурсами, виконавцями і термінами реалізації комплекс науково-дослідних, дослідно-конструкторських, виробничих, соціально-економічних, організаційно-господарських та інших заходів, що забезпечують ефективне вирішення завдань в сфері державного, економічного, екологічного, соціального і культурного розвитку України.

Реалізація державних цільових програм відбувається за пріоритетними для країни напрямками. До таких належать сфера охорони здоров'я, соціально-культурна сфера, охорона навколишнього-природного середовища, сфера транспортної інфраструктури, функціонування органів влади. В табл. 2 наведена інформація щодо напрямів реалізації та фінансування державних цільових програм у 2016 році.

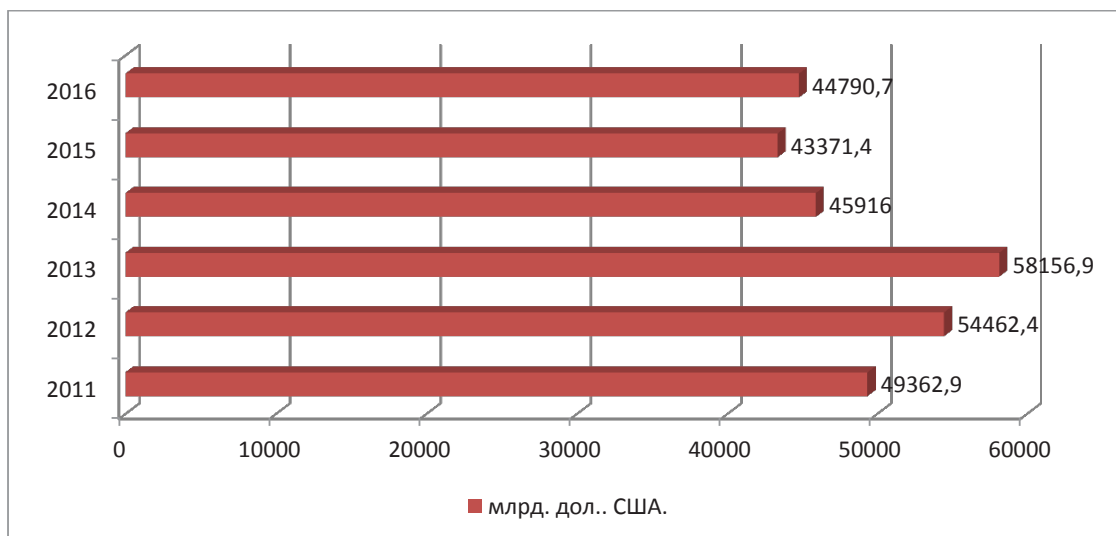


Рис. 1. Прямі іноземні інвестиції в Україну за період 2011–2016 років

Джерело: побудовано автором

За даними табл. 2 можемо зробити висновок, що нині Україна найбільше зацікавлена в реалізації проєктів, що належать до сфери транспортної інфраструктури, воєнної безпеки та охорони здоров'я. На інвестування коштів у транспортну інфраструктуру виділені приблизно 44% коштів від загальної суми коштів державних цільових програм. Найменше державних інвестицій було виділено на функціонування органів влади та надання ними послуг – 2,4%.

В табл. 3 наведено детальний розподіл державних інвестицій у державні цільові програми за спрямо-

ваністю та порівняння за плановими та фактичними показниками у 2016 році.

Як видно з табл. 3, інвестування державних цільових програм не було профінансоване на 100 відсотків, виняток становить науково-технічна сфера, де перевиконання запланованих обсягів фінансування відбулося на 68,8%.

Ситуація з недостатнім державним інвестуванням спостерігається в Україні не перший рік. Провівши дослідження стану державного інвестування в державні цільові програми за період 2007–2017 років, отримали дані, що представлені на рис. 2.

Таблиця 2. Напрями реалізації та фінансування державних цільових програм у 2016 році

Сфера	Кількість державних цільових програм	Загальний обсяг (млрд. грн.)		Державний бюджет (млрд. грн.)		Місцеві бюджети (млрд. грн.)		Залучення інших джерел (млрд. грн.)	
		План	Факт	План	Факт	План	Факт	План	Факт
В управлінні Мінагрополітики	1	0,12	–	0,09	–	0,00	–	0,02	–
В управлінні Міненергугілля	1	0,02	0,02	0,02	0,02	0,00	0,00	0,01	0,00
В управлінні Мінінфраструктури	4	45,33	18,82	28,65	13,73	0,99	1,01	15,70	4,07
В управлінні Мінмолодьспорт	2	0,18	0,06	0,01	0,01	0,08	0,04	0,08	0,01
В управлінні Міноборони	3	1,92	0,02	1,90	0,02	0,00	0,00	0,02	0,00
В управлінні МОН	2	0,03	0,05	0,03	0,05	0,00	0,00	0,00004	0,00
В управлінні МОЗ	3	2,13	–	1,68	–	0,01	–	0,43	–
В управлінні Мінприроди	1	5,04	2,88	2,15	2,20	1,00	0,25	1,88	0,43
В управлінні Мінсоцполітики	2	1,46	1,12	1,46	1,12	0,003	0,00	0,00001	0,00
В управлінні Мінрегіонбуд	2	18,97	0,01	4,85	0,00	1,12	0,00	13,01	0,01
В управлінні Мін'юст	1	0,08	0,01	0,07	0,003	0,00	0,00	0,01	0,01
В управлінні Держенергоефективності	1	0,89	0,86	0,89	0,86	0,00	0,00	0,00	0,00
В управлінні Держрибагентство	1	0,51	0,01	0,33	0,01	0,00	0,00	0,18	0,004
В управлінні ДКА	1	0,52	0,93	0,23	0,18	0,00	0,00	0,29	0,75
В управлінні ДАЗВ	1	0,00	0,06	0,00	0,06	0,00	0,00	0,00	0,00
В управлінні НАНУ	1	0,04	0,01	0,02	0,01	0,00	0,00	0,02	0,01
В управлінні ДСНС України	1	2,62	0,26	2,18	0,23	0,18	0,01	0,26	0,03
В управлінні Дніпропетровська ОДА	1	0,04	0,01	0,04	0,01	0,00	0,01	0,00	0,00
УСЬОГО	29	79,9	25,1	44,6	18,5	3,4	1,3	31,9	5,3

Таблиця 3. Розподіл державних інвестицій у державні цільові програми за спрямованістю та порівняння за плановими та фактичними показниками у 2016 році

ПЛАНОВИЙ РОЗПОДІЛ ДЦП ЗА СПРЯМОВАНІСТЮ			виконання планових обсягів фінансування	ФАКТИЧНИЙ РОЗПОДІЛ ДЦП ЗА СПРЯМОВАНІСТЮ			
Кількість	Сфера	Фінансування млрд. грн.		Кількість	Сфера	Фінансування, млрд. грн.	Частка від загального фінансування, %
9	Соціальна	3,9	30,5%	3	Соціальна	1,18	4,7
7	Економічна	64,5	30,5%	5	Економічна	19,7	78,3
6	Екологічна	8,9	36,4%	5	Екологічна	3,23	12,9
3	Оборонна	1,9	1,2%	2	Оборонна	0,02	
3	Науково-технічна	0,6	168,8%	3	Науково-технічна	0,99	4,1
1	Інші	0,1	16,9%	1	Інші	0,01	

Джерело: складено автором

Враховуючи стан інвестування державних коштів у фінансування державних цільових програм Міністерством економічного розвитку та торгівлі, проаналізували та виокремили комплекс системних недоліків у виконанні державних цільових програм. Серед основних були виділені такі:

- державні цільові програми так і не стали дієвим та ефективним інструментом розв'язання найважливіших проблем розвитку держави, окремих галузей економіки або адміністративно-територіальних одиниць; вони виконують роль «формального документа з декларацією про наміри щось зробити»;

- в рамках планування та використання коштів державного бюджету не дотримуються повною мірою принципів пріоритетності вирішення проблеми; фінансові ресурси спрямовуються розпорошено;

- прогнозовані обсяги фінансових ресурсів програми, зокрема коштів державного бюджету, не узгоджуються з реальними можливостями їх фінансування;

- всупереч вимогам пункту 29 Порядку програми не містять методики оцінки ефективності її виконання, що повинна бути розроблена державним замовником з урахуванням специфіки програми та кінцевих результатів;

- з боку державних замовників має місце формальний підхід до виконання вимог чинного законодавства у сфері розроблення та виконання державних цільових програм;

- відсутня можливість для здійснення контролю з боку громадськості;

- незадовільне звітування державних замовників (недотримання строків подання, інформація подається не в повному обсязі та не за всіма виконавцями);

- відсутність прозорого відображення у державному бюджеті видатків на фінансування державних цільових програм.

Для нівелювання цих негативних тенденцій в реалізації державної інвестиційної політики варто виділити такі заходи:

- удосконалення процесу управління державними інвестиціями;
- державні гранти та концесійні позики;
- посилення фінансування інноваційно-наукових проектів;
- визначення пріоритетних напрямів державного інвестування.

Нині головною проблемою, що потребує невідкладного вирішення, є покращення ефективності використання державних інвестицій.

Висновки з проведеного дослідження. Моніторинг результативності інвестиційної політики держави засвідчив, що лише незначна частка інвестиційних проектів була профінансована в обсязі, заявленому в плані. Отже, оцінювання результативності державної інвестиційної політики має досить низьку оцінку. До причин, які привели до цього, варто віднести неефективне управління цими надходженнями, розпорошеність фінансування та відсутність стратегічно визначених пріоритетів.

Перспективами подальших наукових досліджень має стати інтеграція державної інвестиційної політики до загальнодержавної стратегії розвитку, а також забезпечення актуальності й ефективності заходів державної інвестиційної політики.



Рис. 2. Співвідношення планових та фактичних обсягів фінансування державних цільових програм протягом 2007–2017 років, млрд. грн.

Джерело: складено автором

1. Гриценко Л. Галузеві аспекти вибору пріоритетів при державному інвестуванні / Л. Гриценко // Економіст. – 2012. – № 10. – С. 41–44.

2. Державні цільові програми. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.me.gov.ua/Documents/List?lang=uk&tag=DerzhavniTsiloviProgrami>.

3. Затонацька Т. Підвищення ефективності реалізації державних інвестиційних програм в Україні / Т. Затонацька // Актуальні проблеми економіки. – 2012. – № 4. – С. 86–94.

4. Організаційно-економічні аспекти інноваційного оновлення національного господарства : [наук. монографія] / наук. ред. М. Єрмошенко, С. Єрохін. – К. : НАУ, 2008. – 216 с.

5. Світовий досвід створення інститутів розвитку: висновки для України (на прикладі державних банків розвитку) [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://old.niss.gov.ua/monitor/october09/02.htm>.

6. Соціально-економічний розвиток України за січень-липень 2017 року / Державна служба статистики [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.ukrstat.gov.ua>.

7. Стан інвестиційної діяльності в Україні / Інвестиційна діяльність в Україні від 23 лютого 2016 року // Міністерство економічного розвитку і торгівлі України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.me.gov.ua>.

8. Шут С. Результативність та ефективність державних інвестицій: композиційний аналіз схем фінансування / С. Шут // Економічний аналіз. – 2013. – Т. 13. – С. 268–274.

E-mail: shkirka2002@ukr.net

БІЗНЕС ТА ІНТЕЛЕКТУАЛЬНИЙ КАПІТАЛ

УДК 338

Гудзь Ю.Ф.

кандидат економічних наук, докторант,
Київський національний економічний університет
імені Вадима Гетьмана

ПРОБЛЕМИ УПРАВЛІННЯ ЕКОНОМІЧНОЮ СТІЙКІСТЮ
ПІДПРИЄМСТВ БОРОШНОМЕЛЬНО-КРУП'ЯНОЇ ГАЛУЗІ

У статті розглянуто теоретичні та практичні аспекти оцінки економічної стійкості підприємств борошномельно-круп'яної галузі, узагальнено основні показники-індикатори, які застосовуються для оцінювання економічної стійкості підприємств переробної та харчової промисловості. Автор доводить, що підприємства агропромислового бізнесу для збереження стійкої позиції змушені постійно знаходитися у пошуку нових рішень щодо покращення можливостей ефективного функціонування. Стійкість повинна забезпечуватися в будь-яких умовах і ситуаціях, що виникають під впливом змін як зовнішнього, так і внутрішнього середовища. Автором використано загальнонаукові методи дослідження, зокрема аналізу та синтезу під час визначення методики оцінки економічної стійкості підприємств борошномельно-круп'яної галузі; системного аналізу під час визначення груп показників-індикаторів оцінювання економічної стійкості підприємств борошномельно-круп'яної галузі; конкретизації під час визначення особливостей формування складових економічної стійкості підприємств борошномельно-круп'яної галузі.

Ключові слова: стійкість, економічна стійкість, ефективність, борошномельно-круп'яна галузь, переробні підприємства АПК.

ПРОБЛЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ УСТОЙЧИВОСТЬЮ
ПРЕДПРИЯТИЙ МУКОМОЛЬНО-КРУПЯНОЙ ОТРАСЛИ

Гудзь Ю.Ф.

В статье рассмотрены теоретические и практические аспекты оценки экономической устойчивости предприятий мукомольно-крупяной отрасли, обобщены основные показатели-индикаторы, которые применяются для оценки экономической устойчивости предприятий перерабатывающей и пищевой промышленности. Предприятия агропромышленного бизнеса для сохранения устойчивой позиции вынуждены постоянно находиться в поиске новых решений по улучшению возможностей эффективного функционирования. Устойчивость должна обеспечиваться в любых условиях и ситуациях, возникающих под влиянием изменений как внешней, так и внутренней среды. Автором использованы общенаучные методы исследования, в частности анализа и синтеза при определении методики оценки экономической устойчивости предприятий мукомольно-крупяной отрасли; системного анализа при определении групп показателей-индикаторов оценки экономической устойчивости предприятий мукомольно-крупяной отрасли; конкретизации при определении особенностей формирования составляющих экономической устойчивости предприятий мукомольно-крупяной отрасли.

Ключевые слова: устойчивость, экономическая устойчивость, эффективность, мукомольно-крупяная отрасль, перерабатывающие предприятия АПК.

PROBLEMS OF ECONOMIC STAKEHOLDER MANAGEMENT
OF BORROWING-GROWING BUSINESS ENTERPRISES

Gudz' Yu.

The article deals with theoretical and practical aspects of assessing the economic stability of the flour mill industry, summarizes the main indicators-indicators used to assess the economic sustainability of enterprises in the processing and food industry. Agribusiness enterprises are constantly forced to find new solutions to improve the efficiency of their operation in order to maintain a sustainable position. Sustainability should be ensured in all conditions and situations that arise under the influence of changes in both the external and internal environment. The author uses the general scientific methods of research, in particular: analysis and synthesis in determining the methodology for assessing the economic stability of the flour mill industry; system analysis when determining the groups of indicator indicators for assessing the economic stability of the flour mill industry; specification in determining the peculiarities of forming the components of economic stability of the enterprises of the flour-grinding industry.

Keywords: stability, economic stability, efficiency, milling industry, processing enterprises of agroindustrial complex.

Постановка проблеми. В сучасних умовах соціально-економічного розвитку України стан економічної стійкості підприємства є основою його конкурентоспроможності, а проблема забезпечення конкурентоспроможності підприємства на основі його економічної стійкості набуває особливої актуальності та значущості. Сучасний розвиток підприємств борошно-круп'яної галузі характеризується неоднозначною економічною активністю, що динамічно змінюється, причому здебільшого не в кращий бік. Для відповідності сучасному рівню ринкових відносин необхідна переорієнтація стереотипів виробничо-господарського механізму і системи управління переробним підприємством АПК. Наукова новизна полягає в удосконаленні методу оцінки економічної стійкості підприємств борошно-круп'яної галузі та наближенні його до умов безпосереднього використання у практичній роботі керівників борошно-круп'яної галузі. Такий підхід дасть змогу оцінити загальний стан функціонування підприємств, визначити організаційно-економічні чинники підвищення ефективності та механізм розвитку підприємства загалом. Перспективами подальших досліджень є апробація запропонованої методики на підприємствах борошно-круп'яної галузі.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Борошно-круп'яна галузь відіграє провідну роль в забезпеченні населення, а також інших галузей харчової промисловості такими соціально-значущими продуктами, як борошно та крупи. Економічні проблеми зерновиробництва та продовольчої безпеки досліджували у своїх працях Р.Х. Грін [1], К. Ейхер і Дж. Штаац [2], В.Б. Ейде [3]. Борошно-круп'яною промисловістю є підгалузь переробної сфери АПК, що взаємозалежна як від забезпеченості сировиною, так і купівельної спроможності споживача. Значну увагу науковці приділяють дослідженню факторів впливу на економічну стійкість аграрного підприємства, виокремленню її видів з метою побудови моделі забезпечення стійкості у довгостроковій перспективі. Проте, незважаючи на значне коло практичних, методичних, теоретичних досліджень із цієї проблематики, аналіз літератури з наведеної теми виявив відсутність єдиного підходу до оцінки економічної стійкості переробних підприємств, залишаючи дискусійні моменти для подальшого дослідження. Тому існує необхідність глибоких наукових досліджень з пошуку нових підходів та методів до оцінювання економічної стійкості переробних підприємств АПК.

Постановка завдання. Метою дослідження є узагальнення та подальший розвиток наявних теоретичних і концептуальних підходів до аналізу та оцінювання економічної стійкості переробних підприємств АПК.

Виклад основного матеріалу дослідження. Згідно з дослідженнями професора С.О. Гудкевич реалізація функцій державного управління в аграрній сфері має низку суттєвих недоліків, що впливають на привабливість об'єктів інвестування й, відповідно, на економіку галузі. До них автор відносить:

- відсутність моделі поетапного реформування аграрної сфери економіки;
- порушення міжгалузевих відносин, паритетності еквівалентного обміну між сільським господарством і промисловістю;

- формування ринку товарів і послуг без урахування їх соціально-економічного значення;
- недооцінка сутності та значення аграрного сектору в економіці України [4].

Основними проблемами функціонування підприємств переробної промисловості та борошно-круп'яної галузі, зокрема в Україні, є такі: залежність від складної кон'юнктури ринку, низька платоспроможність споживачів та нестача коштів для закупівлі готової продукції у виробників, поява на ринку численної кількості посередників, відсутність підтримки з боку держави, зростання дебіторської і кредиторської заборгованостей, нестача оборотних коштів для технологічного і технічного переозброєння, застаріле і зношене обладнання, яке є енерго- і ресурсномістким, нестача оборотних коштів для резервної закупівлі сировини, залежність від суміжних галузей АПК.

Борошно-круп'яні комбінати проектувалися за часів і для потреб планової економіки. На них завозилося і перероблялося переважно імпортне зерно, і продукти переробки постачалися по союзних республіках. Після розпаду СРСР виробничі ланцюжки були розірвані, і КХП, а їх було не менше 70 великих і середніх, почали шукати інші бізнес-моделі. У 2000 році частина КХП була передана в новостворений холдинг ДАК «Хліб України», частина корпоратизована і була віддана на приватизацію. Потім частину КХП розділили між держструктурами, які сьогодні функціонують під назвою ПАГ «Державна продовольчо-зернова корпорація України», Держагентство резерву і Мінагрополітики. Але у зв'язку з виробничими потужностями КХП, орієнтованого на переробку не менше 100 тис. тон зерна на рік, частина з них так і не знайшла ефективної бізнес-моделі виробництва. Потужності тільки одного КХП за один тиждень можуть покрити місячну потребу промислових споживачів області. Тоді як в поточній ринковій ситуації за конкуренції з невеликими енергоефективними млинами КХП програють їм, тому що не можуть маневрувати потужностями. Витрата КХП на переробку 1 т зерна – 110 кВт, тоді як у турецьких 100-тонних млинів – 60–80 кВт. Через технології безперервного виробництва борошна і 7-поверхової конструкції млинів КХП з релейною автоматикою необхідна постійна присутність працівників на кожному поверсі в три зміни. За таких витрат енергетичних та людських ресурсів точки беззбитковості виробництва досягти фактично нереально. КХП, які розташовані ближче до портів, знайшли вихід із ситуації за рахунок експорту великого обсягу зернової продукції.

Частина КХП деякий час були основними резервуарами зерна для резервів держави, що за рахунок досить містких елеваторів дало змогу існувати без великих обсягів переробки. Але сьогодні майже кожен КХП має борги за бюджетними субвенціями дев'яностих років минулого століття на заготівлю насіння. Це не дає можливості ефективно залучати оборотні кошти для виробничої діяльності. КХП, що не знайшли каналів експорту, зосередили свою господарську діяльність переважно за рахунок надання послуг елеваторів зберігання та переробки зерна. В областях з високими врожайностями і відсутністю складів для зберігання зерна така діяльність дає змогу прибутково працювати і субсидувати частково збитковий напрям переробки зернових.

Але в регіонах з невеликим обсягом виробництва зерна і забезпеченістю виробників власними сховищами цей вид діяльності є малоефективним.

Сервісна бізнес-модель послуг не дає змогу великим КХП ефективно функціонувати. Дохід від надання тільки послуг повною мірою не покриває витрат підприємств і не дає змогу модернізувати основні засоби, що негативно впливає на собівартість послуг і за високої конкуренції на ринку елеваторних послуг зменшує і без того низьку їх рентабельність. Для одержання прибутку КХП повинен мати можливість закуповувати досить великі промислові обсяги зерна в сезон збирання і залежно від кон'юнктури реалізовувати й або переробляти його, забезпечуючи рентабельність та фінансову стійкість підприємства для підтримки ритмічності виробництва на підприємствах.

Держава як власник цих КХП протягом 25 років не прийняла рішення про подальший розвиток переробних підприємств. Ця проблема частково пов'язана зі зберіганням стратегічних запасів зерна державних підприємств та бажанням зберегти контроль над виробництвом борошна в Україні. Нині всі КХП знаходяться в списку об'єктів держвласності, що не підлягають приватизації, що перешкоджає приватним інвестиціям в цю галузь економіки. Хоча хорошим прикладом ефективного використання активів частини вищевказаних комбінатів є їх робота в структурі ДПЗКУ, що дає їм можливість комбінувати наявні у корпорації фінансові ресурси і завантажувати всі промислові потужності КХП.

На представлений схемі переробки зернових досліджено загальну тенденцію розвитку борошномельного виробництва (рис. 1).

Значні інституціональні перетворення в інфраструктурі продовольчого комплексу привели до створення нових сучасних форм переробних підприємств, невеликих за розміром. При цьому якщо у високорозвинених країнах ці процеси є науково обґрунтованою ринковою маркетинговою стратегією, то в умовах української економіки ці процеси проходять переважно стихійно. Важливе місце в низці різних каналів реалізації належить також оптовим ринкам, які відіграють провідну роль у формуванні цін і є своєрідним орієнтиром під час реалізації продукції через інші канали збуту. Останнім часом чітко окреслилася тенденція створення малих переробних підприємств, які виникають в місцях виробництва сировини і здійснюють значний конкурентний тиск на великі переробні підприємства.

Вирішальне значення має питання, які показники більш повно відображають сутність стійкості економічного стану підприємства. Оцінка економічної стійкості, зокрема, може стати як на основі абсолютних показників балансової моделі, так і за допомогою фінансових коефіцієнтів. Балансова модель має на меті певне перегрупування статей бухгалтерського балансу для виділення однорідних з точки зору рамок повернення величин взятих у борг коштів. Виходячи з цього, фінансову стійкість переробних підприємств борошномельно-круп'яної галузі можна визначити як міру чи ступінь відповідності поточних фінансових результатів підприємства критерію максимізації прибутку у довгостроковому періоді.

В.Л. Іванов розглядає економічну стійкість підприємства як здатність економічної системи не відхилитися

від свого стану (статистичного або динамічного) за різних внутрішніх і зовнішніх дестабілізаційних впливів на рахунок ефективного формування та використання фінансових та інших механізмів [5].

Оцінка економічної стійкості за цією моделлю виходить з умови, що вкладення капіталу в основні кошти і матеріальні запаси не повинні перевищувати суми власного капіталу і довгострокових залучених коштів. В принципі можна погодитись з авторами балансової моделі оцінки фінансової стійкості, однак, на наш погляд, «вразливим» місцем є розмір запасів, тому що у неї не враховується структура активів, особливо оборотних.

Традиційно для оцінки економічної стійкості застосовують чотири групи показників:

- 1) показники ліквідності підприємства;
- 2) показники платоспроможності;
- 3) показники ділової активності;
- 4) показники рентабельності підприємства.

Проведемо порівняльний аналіз фінансової стійкості двох підприємств по виробництву борошна за десятилітній період їх роботи за методикою розрахунку показників економічної стійкості підприємств. По-перше, проаналізуємо коефіцієнт забезпеченості підприємств власними оборотними засобами та ліквідність підприємств (табл. 1).

Охарактеризуємо тенденції зміни розрахованих показників. В Луцькому КХП висока ступінь забезпеченості джерелами власних оборотних коштів була в 2007–2009 роках, але змінилася в гірший бік в 2010–2012 роках. Ще гірша ситуація на Дубенському КХП, в якому утворилось критичне положення з власними джерелами оборотних засобів в 2014–2016 роках. Це означає, що величина власного капіталу не перекидала суми основних виробничих фондів та інших нематеріальних активів.

На Луцькому КХП, як і на Дубенському КХП, коефіцієнт швидкої ліквідності особливо знизився в 2010–2012 роках, потім цей показник дещо покращився. Він досяг бажаного рівня останніми роками на Луцькому КХП, але у 2014–2016 роки на Дубенському КХП залишався низьким. Коефіцієнт абсолютної ліквідності свідчить про те, що КХП не мали на своїх рахунках достатньо грошових засобів для покриття поточних зобов'язань.

Особливо гнітючим стало положення протягом останніх років. Луцький КХП користується запозиченнями, які погіршують фінансово-господарський стан. Якщо у Луцькому КХП маневреність капіталу сповільнилася приблизно вдвічі по відношенню до початкового періоду дослідження, то в Дубенському КХП з 2010 р. не було залишку оборотних засобів після покриття поточної заборгованості (табл. 2).

Якщо розглядати фінансово-економічний стан Луцького КХП, то можна побачити, що, згідно з розрахунковими даними, в останні чотири роки спостерігається тенденція росту основних показників, що свідчить про стабілізацію фінансового положення підприємства.

Для забезпечення стійкості і платоспроможності підприємства важливі структура капіталу, його місце розташування та використання. Вклад капіталу в оборотні та оборотні активи не відображає реальних масштабів грошового обігу. Цей процес у деякому розумінні обумовлено впливом інфляції і періодичною

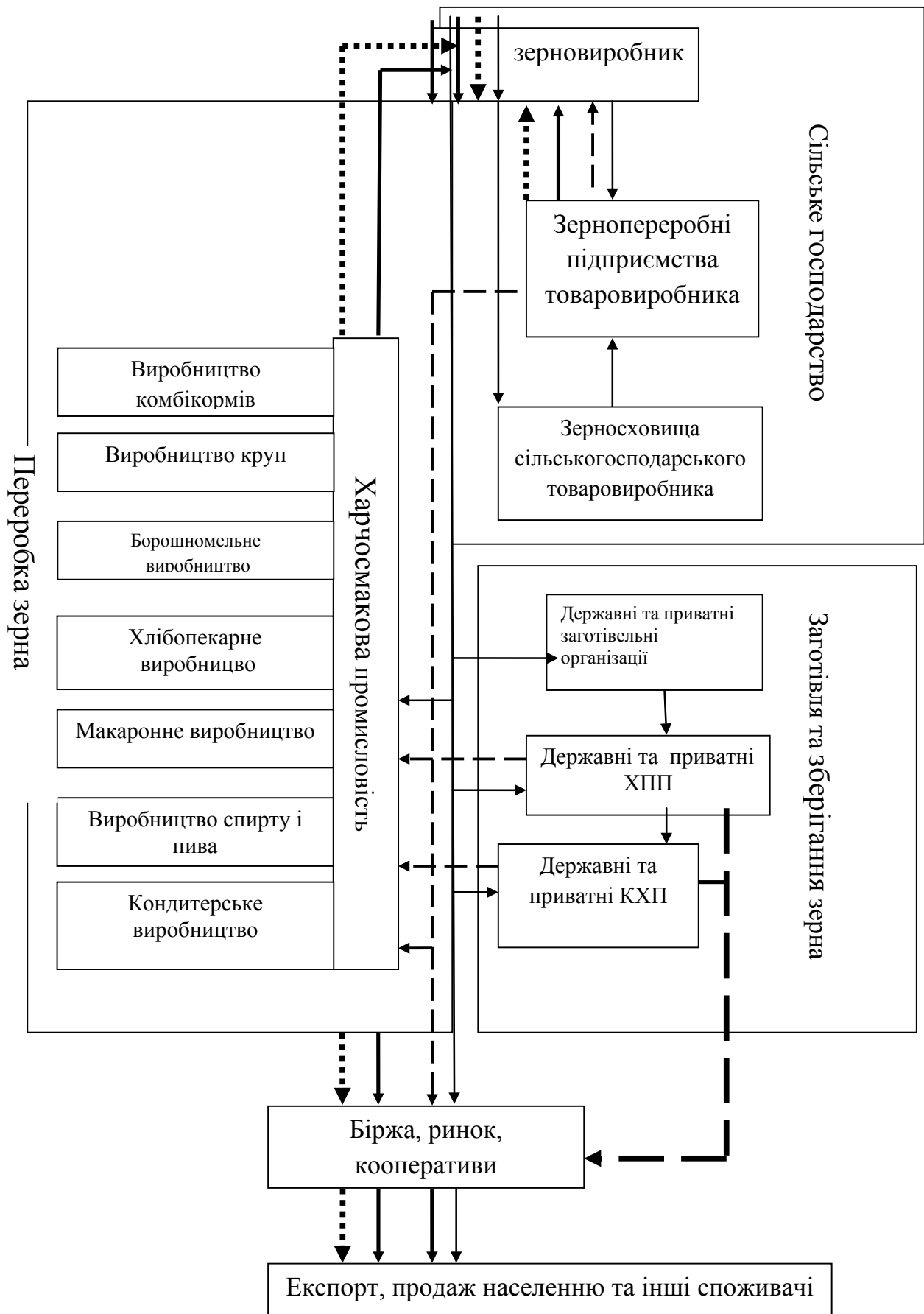


Рис. 1. Схема переробки зерна

Таблиця 1. Коефіцієнти ліквідності підприємств КХП за 2007–2016 роки

Підприємства	Роки									
	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Коефіцієнт забезпеченості підприємств власними оборотними засобами										
Луцький КХП № 2	0,69	0,625	0,761	0,03	0,05	0,176	0,125	0,238	0,405	0,530
Дубенський КХП	0,31	0,280	0,044	0,01	0,13	-0,003	0,023	-0,004	-0,12	-0,339
Коефіцієнт швидкої ліквідності										
Луцький КХП № 2	0,97	0,8	0,126	0,49	0,35	0,345	0,498	0,698	0,988	1,136
Дубенський КХП	0,92	0,78	0,5	0,8	0,5	0,51	0,67	1,03	0,62	0,54
Коефіцієнт абсолютної ліквідності										
Луцький КХП № 2	0,005	0,009	0,002	0,01	0,07	0,005	0,003	0,001	0,001	0,008
Дубенський КХП	0,017	0,055	0,006	0,08	0,07	0,005	0,005	0,004	0,001	0,006
Коефіцієнт покриття										
Луцький КХП № 2	1,66	1,47	0,21	1,63	1,06	1,17	1,13	1,24	1,39	1,53
Дубенський КХП	1,26	2,26	1,13	0,76	1,13	0,99	1,01	0,99	0,88	0,66

Джерело: складено на основі фінансової звітності КХП

Таблиця 2. Коефіцієнти фінансової стійкості КХП

Підприємства	Роки									
	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Частка оборотних засобів в балансі										
Луцький КХП № 2	0,79	0,68	0,4	0,89	0,61	0,84	0,58	0,51	0,45	0,41
Дубенський КХП	0,73	0,76	0,87	0,98	0,90	0,70	0,56	0,61	0,52	0,44
Коефіцієнт маневреності власного капіталу										
Луцький КХП № 2	0,62	0,41	0,40	0,39	0,1	0,44	0,14	0,17	0,19	0,19
Дубенський КХП	0,46	0,64	0,66	-0,5	-0,5	-0,01	0,01	-0,01	-0,7	-0,7
Коефіцієнт фінансової стійкості										
Луцький КХП № 2	1,94	1,87	2,34	2,26	2,74	3,47	2,06	1,7	1,46	1,37
Дубенський КХП	3,16	1,51	6,35	18,5	5,05	3,4	2,17	2,6	2,47	3,06
Коефіцієнт залученого капіталу										
Луцький КХП № 2	0,92	0,72	0,56	1,16	1,66	2,56	1,08	0,7	0,46	0,37
Дубенський КХП	2,17	0,51	5,35	17,5	4,05	2,4	1,17	1,67	1,47	3,12

Джерело: складено на основі фінансової звітності КХП

Таблиця 3. Коефіцієнти ділової активності КХП

Підприємства	Роки									
	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Коефіцієнти оборотності дебіторського заборгованості										
Луцький КХП № 2	1,12	2,01	56,2	9,13	9,6	7,5	3,59	3,58	2,08	1,9
Дубенський КХП	3,98	9,92	7,03	4,03	8,7	5,48	4,2	5,3	1,47	1,67
Оборотність дебіторської заборгованості в днях										
Луцький КХП № 2	321	179	6,4	38,7	37,5	48,0	339,6	100,2	173,0	189,0
Дубенський КХП	90,4	36,3	51,2	89,3	41,3	65,6	85,7	76,9	244,9	215,6
Оборотність виробничих запасів в днях										
Луцький КХП № 2	68,0	46,0	17,7	35,0	83,7	91,0	99,0	83,0	82,8	70,0
Дубенський КХП	36,0	30,3	52,4	71,6	64,3	64,5	95,3	129,9	251,7	48,0
Оборотність кредиторської заборгованості в днях										
Луцький КХП № 2	165	175	204	210	139	123	148	188	199	177
Дубенський КХП	107	41	84	242	102	135	186	238	989	392
Оборотність власного капіталу										
Луцький КХП № 2	4,5	12,3	56,7	15,3	4,6	8,1	4,3	1,37	0,96	0,8
Дубенський КХП	6,7	4,95	17,35	18,3	4,59	6,64	5,9	5,3	1,6	1,68

Джерело: складено на основі фінансової звітності КХП

переоцінкою основних коштів, яка відображається у складі додаткового капіталу.

Що стосується Дубенського КХП, то в останні три роки в рамках досліджуваного періоду його результати стають все гірше, що характеризує це підприємство як підприємство, яке знаходиться на межі банкрутства.

Проведена оцінка ділової активності показана в табл. 3. Для Луцького КХП характерна низька дебіторська заборгованість по відношенню до Дубенського КХП, тому коефіцієнти оборотності в розрахунках значно нижчі. Цілковито очікувано, що якщо вважати близькою до оптимальної оборотність дебіторської

заборгованості у 80–100 днів, то в Луцькому і Дубенському КХП в 2015 і 2016 роках оборотність засобів в розрахунках 173–245 днів не може бути прийнята як задовільна. Відбувається уповільнення оборотності дебіторської заборгованості. В Луцькому КХП оборотність виробничих запасів за останні чотири роки мала стійку тенденцію до зменшення строку обороту з 90 до 70 днів. Це свідчить про недостатньо ефективне управління рухом виробничих запасів.

В Луцькому КХП з 2012 року кожного року уповільнювалась кредиторська заборгованість (зі 123 днів (задовільно) до 199 днів (погано)). А в Дубенському КХП цей процес уповільнення прийняв таке значення: зі 102 днів (2011 рік) до 989 днів (надзвичайно погано) в 2015 році. В 2016 році 392 дні – також дуже незадовільні показники, повернення кредиторської заборгованості приводить до цінної реакції зростання боргів через наростання штрафних санкцій банків та інших кредиторів. Все це відображається на оборотності власного капіталу.

Через недостатню величину власного капіталу в Дубенському КХП швидкість обороту капіталу була практично вдвічі вище, ніж в Луцькому КХП. Із цього можна зробити висновок, що операційний цикл в Дубенському КХП зростає в шість разів швидше, а це характеризує різке зменшення ділової активності на підприємстві. Економічну ефективність підприємств КХП відображає табл. 4.

Зниження виробництва борошна, круп, обсягу зберігання призвело до зниження обсягів реалізації та отримання грошової виручки. Одночасно зростання виробничих витрат сприяло зниженню величини отриманого прибутку. Абсолютно ясна тенденція зниження коефіцієнта рентабельності продажу, але в Дубенському КХП отримані результати свідчать про глибоку збитковість цього підприємства. Тенденція зниження економічної ефективності виробництва, властива всім КХП, дуже чітко простежується і на прикладі досліджуваних підприємств борошномельної промисловості. За роки економічних реформ відбувається погіршення показників рентабельності цих підприємств. Ці висновки відносяться і до ефективності використання капіталу. Тенденція зниження коефіцієнта рентабельності капіталу не так чітко простежується, як під час розгляду показників рентабельності

продажу і рентабельності виготовлення. Коефіцієнт рентабельності господарського майна рівний відношенню прибутку до балансу. Розгляд тенденції цього показника дає змогу зробити висновки, що його розгляд доцільний тільки за останні роки через серйозні відмінності в оцінці складових частин цього показника. Нами розглянуто чотири групи показників, які відображають економічну стійкість Луцького та Дубенського комбінатів хлібопродуктів як типових підприємств борошномельної промисловості. Це дало змогу сформулювати низку висновків про стан їх стійкості для прийняття оптимальних управлінських рішень.

Для підвищення ефективності функціонування зернопереробних підприємств необхідно оцінити вплив зовнішніх і внутрішніх чинників на результати їх діяльності. Основна мета оцінки впливу цих чинників полягає у розробці адекватної реакції підприємств на можливості і загрози (позитивні і негативні тенденції) з боку дії середовища. Зовнішні чинники характеризують стан об'єктів навколишнього середовища безпосередньо або опосередковано через економічні показники, що впливають на діяльність підприємств [6, с. 152–153].

Висновки з проведеного дослідження. Отже, борошномельно-круп'яна галузь потребує ефективного державного регулювання шляхом створення відповідних механізмів, залучення додаткових інвестиційних ресурсів, нарощування експортного потенціалу, а також технічного та технологічного переоснащення більшості підприємств. Україна має достатній потенціал для заготовлення продовольчого зерна для виробництва борошна та круп. Незважаючи на поступове зниження рівня споживання хліба в Україні, яке спостерігається останніми роками, борошно та крупи були та залишаються стратегічно важливими продуктами.

Таким чином, механізм забезпечення економічної стійкості переробних підприємств повинен включати сукупність заходів соціально-економічного, структурно-інституційного та законодавчо-правового характеру, що забезпечують на макро, мезо- та мікрорівнях довгострокове функціонування більшості переробних підприємств АПК. За результатами аналізу загальної ситуації в борошномельній галузі з таких напрямів, як розмір ринку та темпи його зростання, чисельність підприємств в галузі, характеристика продукції, завантаже-

Таблиця 4. Економічна ефективність господарської діяльності КХП

Підприємства	Роки									
	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Коефіцієнт рентабельності продажу										
Луцький КХП № 2	0,35	0,29	0,11	0,16	0,12	0,11	0,08	0,023	-0,05	0,01
Дубенський КХП	0,06	0,097	0,105	0,05	0,06	0,048	0,046	0,075	-0,20	-0,12
Коефіцієнт рентабельності виробництва										
Луцький КХП №2	0,54	0,41	0,58	0,17	0,13	0,1	0,1	0,029	-0,07	0,001
Дубенський КХП	0,07	0,108	0,086	0,03	0,07	0,049	0,034	0,026	-0,19	-0,14
Коефіцієнт рентабельності капіталу										
Луцький КХП № 2	0,35	0,40	0,51	0,54	0,91	0,55	0,13	0,03	-0,58	0,01
Дубенський КХП	0,04	0,48	1,82	1,08	1,03	0,32	0,18	0,04	-0,10	-0,21
Коефіцієнт рентабельності господарського майна										
Луцький КХП № 2	0,18	0,21	0,57	0,19	0,36	0,26	0,03	0,019	-0,04	0,005
Дубенський КХП	0,14	0,31	0,29	0,05	0,20	0,09	0,12	0,015	-0,04	-0,07

Джерело: складено на основі фінансової звітності КХП

ність потужностей; рівень інтенсивності конкуренції, перспективи галузі та її привабливість, встановлено специфічні тенденції розвитку цієї галузі та фактори ризику. Серед останніх найбільш впливовою є тенден-

ція скорочення споживання борошна і, як наслідок, скорочення його виробництва та надлишок потужностей у галузі, а також високої залежності виробників борошномельної продукції від кон'юнктури ринку зерна.

1. *Food Security in Sub-Saharan Africa, IDS* / [C. Benson, E.J. Clay, R.H. Green]. – Brighton : University of Sussex, 1986. – P. 2–6.
2. *Eicher C.K. Agricultural Development in the Third World* / C.K. Eicher, J.M. Staatz (Eds.). – Baltimore : John Hopkins University Press, 1990. – 118 p.
3. *Eide W.B. Proceedings of the Agriculture / W B. Eide // Nutrition Linkage Workshop, Virginia. – 1990. – Vol. 1. – P. 35–36.*
4. Гуткевич С.О. Формування інвестиційної привабливості аграрного сектора економіки : дис. ... докт. екон. наук / С.О. Гуткевич ; Національний науковий центр «Інститут аграрної економіки». – К., 2004. – 31 с.
5. Іванов В.Л. Управління економічною стійкістю промислових підприємств : [монографія] / В.Л. Іванов. – Луганськ : Вид-во СНУ ім. Володимира Даля, 2005. – 268 с.
6. Савенко І.І. Логістичний підхід в управлінні потоками зернозберігаючих підприємств. Теоретико-правовий та методологічний аспекти : [монографія] / І.І. Савенко. – О. : Поліграф, 2008. – 272 с.

E-mail: hudzura@gmail.com

УДК 336.1.025.12:352]:336.012.7-045.52

Данчевська І.Р.

аспірант кафедри обліку і аудиту,

Львівський національний університет імені Івана Франка

ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ДЕРЖАВНОГО ФІНАНСОВОГО АУДИТУ ВИКОНАННЯ МІСЦЕВИХ БЮДЖЕТІВ

У статті досліджено, що всі місцеві бюджети є самостійними, що забезпечується закріпленням за ними відповідних джерел доходів бюджету, правом місцевих органів влади визначати напрями використання бюджетних коштів відповідно до законодавства України, правом відповідних місцевих рад самостійно і незалежно одне від одного розглядати та затверджувати відповідні місцеві бюджети. У статті дано теоретичні основи державного фінансового аудиту виконання місцевих бюджетів, а також обґрунтовано необхідність його здійснення. Особливо актуальним це стало після набрання чинності Бюджетного кодексу України, у статті 113 якого серед повноважень органів Державної аудиторської служби передбачений контроль за цільовим та ефективним використанням коштів державного та місцевих бюджетів. Основними питаннями державного фінансового аудиту є не лише цільове і законне використання коштів, але й необхідність і ефективність управлінських рішень, що приймаються органами виконавчої влади та господарюючих суб'єктів.

Ключові слова: аудит, державний фінансовий аудит, місцеві бюджети, державний фінансовий контроль, Державна аудиторська служба, ревізія.

ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ГОСУДАРСТВЕННОГО ФИНАНСОВОГО АУДИТА ВЫПОЛНЕНИЯ МЕСТНЫХ БЮДЖЕТОВ

Данчевская И.Р.

В статье исследовано, что все местные бюджеты являются самостоятельными, что обеспечивается закреплением за ними соответствующих источников доходов бюджета, правом местных органов власти определять направления использования бюджетных средств в соответствии с законодательством Украины, правом соответствующих местных советов самостоятельно и независимо друг от друга рассматривать и утверждать соответствующие местные бюджеты. В статье даны теоретические основы государственного финансового аудита выполнения местных бюджетов, а также обоснована необходимость его осуществления. Особенно актуальным это стало после вступления в силу Бюджетного кодекса Украины, в статье 113 которого среди полномочий органов Государственной аудиторской службы предусмотрен контроль за целевым и эффективным использованием средств государственного и местных бюджетов. Основными вопросами государственного финансового аудита является не только целевое и законное использование средств, но и необходимость и эффективность управленческих решений, принимаемых органами исполнительной власти и хозяйствующих субъектов.

Ключевые слова: аудит, государственный финансовый аудит, местные бюджеты, государственный финансовый контроль, Государственная аудиторская служба, ревизия.

PERSPECTIVES FOR DEVELOPMENT OF PUBLIC FINANCIAL AUDIT OF LOCAL BUDGET IMPLEMENTATION

Danchevs'ka I.

All local budgets are independent, secured by securing those appropriate sources of budget revenues, the right of local authorities to determine the directions of using budget funds in accordance with the legislation of Ukraine, the right of local councils to independently and independently review and approve respective local budgets. The article analyzes the theoretical bases of the state financial audit of the implementation of local budgets and substantiates the necessity of its implementation. It became especially relevant after the entry into force of the Budget Code of Ukraine, Article 113 of which, among the powers of the bodies of the State Audit Office, provides for control over the targeted and effective use of state and local budget funds. The main issues of the state financial audit are not only the targeted and lawful use of funds, but the necessity and effectiveness of management decisions taken by executive authorities and business entities.

Keywords: audit, state financial audit, local budgets, state financial control, state audit service, audit.

Постановка проблеми. В Україні продовжується формування ефективної системи державного фінансового контролю і приведення його у відповідність до міжнародних стандартів, що вимагає запровадження дієвих форм контролю, які мають на меті попередження фінансових порушень і шахрайства, а також оперативне реагування на них у разі їх вчинення.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Різні підходи до функціонування державного фінансового контролю досліджувались у наукових працях вітчизняних і зарубіжних вчених, а саме досліджено запровадження аудиту ефективності в Україні (П. Германчук, Н. Рубан, Л. Сухарева, І. Дмитренко); висвітлено роль внутрішнього аудиту та його значення в контексті

реформування ДВФК (І. Дрозд, Є. Мних, І. Стефанюк, Ю. Футоранська).

Постановка завдання. У статті досліджено теоретичні основи державного фінансового аудиту виконання місцевих бюджетів, а також обґрунтовано необхідність його здійснення.

Виклад основного матеріалу дослідження. Поряд з ревізіями та перевітками бюджетів широкого застосування набуває така форма контролю виконання місцевих бюджетів, як державний фінансовий аудит.

На відміну від державного фінансового контролю, державний фінансовий аудит не лише фіксує проблеми, але й здатен досліджувати сутність і причини виявлених відхилень, пропонувати рекомендації щодо їх усунення. Такий аудит повинен забезпечувати об'єктивну, незалежну і публічну оцінку результатів соціально-економічного розвитку в державі, чітко визначати цілі подальшого удосконалення управління суспільством.

Незважаючи на використання у законодавстві України терміна «аудит» у контексті державних фінансів, його зміст залишається невизначеним. Зокрема, у Бюджетному кодексі визначено контрольно-розрахункові органи, що здійснюють аудит на всіх стадіях бюджетного процесу. Бюджетний кодекс не тільки дає змогу, але й вимагає від державних органів та розпорядників бюджетних коштів здійснення аудиту. Статтею 3 Закону України «Про аудиторську діяльність» визначено, що аудит – це перевірка даних бухгалтерського обліку, показників фінансової звітності суб'єкта господарювання з метою висловлювання незалежної думки аудитора про її достовірність в усіх суттєвих аспектах та відповідність вимогам Законів України, положень (стандартів) бухгалтерського обліку або інших правил згідно з вимогами користувачів [5].

Відповідно до Закону «Про основні засади здійснення державного фінансового контролю в Україні» державний фінансовий аудит є різновидом державного фінансового контролю і полягає у перевірці та аналізі фактичного стану справ щодо законного та ефективного використання державних чи комунальних коштів і майна, інших активів держави, правильності ведення бухгалтерського обліку і достовірності фінансової звітності, функціонування системи внутрішнього контролю [6].

Натомість Постанова КМУ «Про затвердження Порядку проведення Державною аудиторською службою, її територіальними органами державного фінансового аудиту виконання бюджетних програм» визначає державний фінансовий аудит виконання бюджетних програм як форму державного контролю [7].

Державний аудит місцевих бюджетів, що проводиться Державною аудиторською службою, є формою внутрішнього державного фінансового контролю. Тобто місцеві бюджети України знаходяться поза межами незалежного зовнішнього контролю. Однак сьогодні суспільству потрібна незалежна, неупереджена оцінка законності та ефективності виконання місцевих бюджетів.

На нашу думку, доцільно державний фінансовий аудит вважати формою державного фінансового контролю, а його різновидами – державний фінансовий аудит виконання місцевих бюджетів, державний фінансовий аудит бюджетних програм (аудит ефективності), державний фінансовий аудит суб'єктів господарювання, державний фінансовий аудит бюджетних установ.

Вищим органом контролю державних фінансів в Україні є Рахункова палата України. Та відповідно до останньої редакції статті 98 Конституції України повноваження Рахункової палати України поширюються лише на контроль за використанням коштів Державного бюджету України [4]. Але це суперечить принципам незалежності та об'єктивності контролю державних фінансів, що закладені в базових документах INTOSAI – міжнародної професійної організації, що об'єднує вищі органи контролю державних фінансів 189 країн світу. Необхідно зазначити, що Рахункова палата України є повноправним членом INTOSAI з 1998 року, а у статті 18 Лімської декларації (Декларація керівних принципів контролю) зазначено, що всі операції, пов'язані з державними фінансами, незалежно від того, чи відображені вони у Державному бюджеті, повинні бути об'єктом контролю вищого органу контролю державних фінансів [4].

Під час проведення державного аудиту вивчаються первинні та зведені документи щодо операцій з коштами та майном, іншими активами і пасивами, ведення бухгалтерського обліку, складання і подання фінансової звітності, а також організації внутрішнього фінансового контролю.

Державний аудит виконання місцевих бюджетів (аудит виконання бюджету) – це форма державного фінансового контролю, спрямована на виявлення причин, що перешкоджають ефективному формуванню та виконанню місцевих бюджетів, а також розробка пропозицій щодо усунення таких причин [2, с. 120].

Аудит проводиться з метою перевірки та аналізу фактичного виконання місцевого бюджету, ефективності використання комунальних коштів, майна та інших активів, достовірності фінансової звітності, функціонування системи внутрішнього контролю. Основними завданнями державного фінансового аудиту виконання місцевих бюджетів є такі:

- оцінка стану формування і рівня виконання місцевого бюджету;
- виявлення причин, які негативно впливають на виконання місцевого бюджету;
- окреслення шляхів удосконалення управління бюджетними коштами, державним і комунальним майном, зокрема можливості збільшення обсягів доходів бюджету [1, с. 101].

На практиці найчастіше застосовується ревізія. Втім, цей метод дає змогу виявити кошти, використані не за призначенням, повернути які до місцевого бюджету не завжди можливо. А застосування різних форм попереднього контролю дає змогу не тільки констатувати негативні явища, але й попередити їх виникнення.

Ревізії та перевірки не забезпечують повною мірою бажаний стан фінансової дисципліни, оскільки вони спрямовані в минуле, на дослідження фінансово-господарських операцій і порушень, що мали місце в діяльності підконтрольного суб'єкта в попередніх періодах.

Характеристику державного фінансового аудиту виконання місцевих бюджетів наведено у табл. 1.

Фінансовий аудит використання бюджетних коштів охоплює:

- проведення протягом року моніторингу фінансової звітності бюджетної установи, зокрема з використанням баз даних Державного казначейства;

– перевірку використання бюджетних коштів, державного та комунального майна, правильності ведення бухгалтерського обліку, достовірності фінансової звітності у разі виявлення за результатами моніторингу фінансової звітності ризикових операцій;

– аналіз системи внутрішнього фінансового контролю, зокрема визначення ефективності його організації;

– підготовку керівництву бюджетної установи пропозицій щодо усунення виявлених недоліків і порушень, виявлених за результатами попередніх етапів;

– надання висновку про рівень достовірності фінансової звітності бюджетної установи, дотримання посадовими особами законодавства з фінансових питань, а також повноту врахування пропозицій у ході аудиту.

Усі місцеві бюджети є самостійними, що забезпечується закріпленням за ними відповідних джерел доходів бюджету, правом місцевих органів влади визначати напрями використання бюджетних коштів відповідно до законодавства України, правом відповідних місцевих рад самостійно і незалежно одна від одної розглядати та затверджувати відповідні місцеві бюджети.

Протягом 2015 року та дев'яти місяців 2016 року проведення ревізій займало більшу частку (близько

94% контрольних заходів) у загальній структурі здійснених контрольних заходів, тоді як державні фінансові аудити займали 3,5% контрольних заходів, а перевірка і моніторинг державних закупівель – 2,5% контрольних заходів.

Водночас у разі встановлення значних фінансових порушень під час проведення інспектування (близько 6 млрд. грн., з яких вагому частку (понад 42%, або близько 2,5 млрд. грн.) становили порушення під час використання бюджетних коштів) рівень відшкодування завданих втрат державі є вкрай низьким (майже 22% виявлених порушень).

Характеристика кількості проведених державних фінансових аудитів виконання місцевих бюджетів ДАСУ наведена на рис. 1.

Наведені дані свідчать про дуже низьку кількість місцевих бюджетів, у яких проводився державний фінансовий аудит виконання місцевих бюджетів ДАСУ. Позитивна динаміка спостерігалася тільки у 2013 році, коли вдвічі зросла кількість проведених державних фінансових аудитів виконання місцевих бюджетів ДАСУ порівняно з 2012 роком. А з 2013 року спостерігається негативна тенденція до зменшення загальної величини перевірених установ і організацій органами

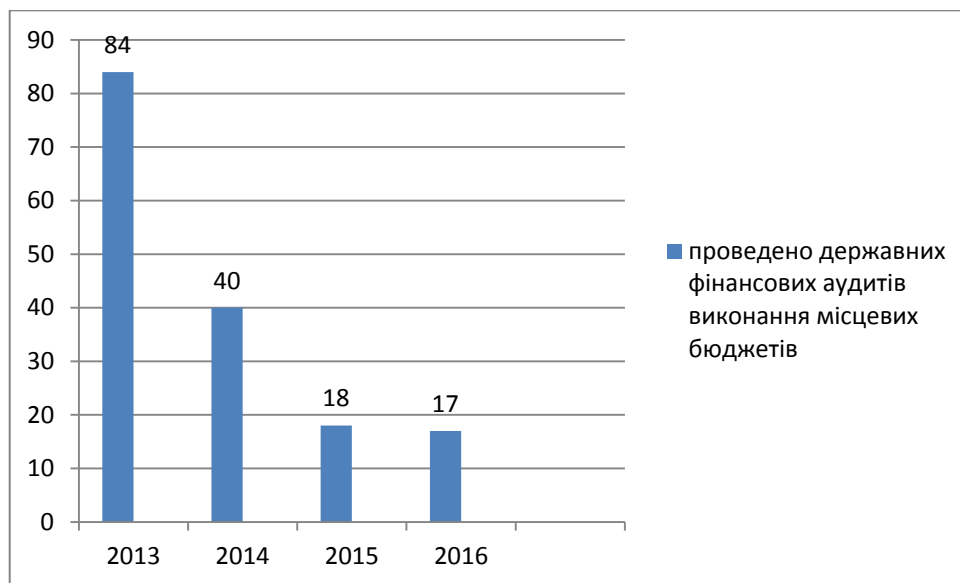


Рис. 1. Характеристика кількості проведених державних фінансових аудитів виконання місцевих бюджетів ДАСУ

Джерело: складено автором на основі даних ДАСУ

Таблиця 1. Характеристика державного фінансового аудиту виконання місцевих бюджетів

Ознака	Аудит виконання місцевих бюджетів
Нормативний документ	Порядок проведення Державною фінансовою інспекцією та її територіальними органами державного фінансового аудиту виконання місцевих бюджетів.
Способи та прийоми аудиту	Прийоми застосовуються залежно від обставин (аналіз, порівняння, анкетування, отримання інформації від третіх осіб).
Процес аудиту (етапи)	1) Підготовка до аудиту; 2) проведення аудиту; 3) реалізація результатів аудиту.
Форма звіту	Аудиторський звіт.
Використання матеріалів аудиту	Аудиторський звіт спрямовується керівнику органу місцевого самоврядування та може бути оприлюднений.

Джерело: складено автором

ДАСУ від 80 до 18 у 2015 році, тобто відбулося зменшення більше ніж у 4 рази. У 2015 році органами ДАСУ було перевірено 18 місцевих бюджетів, а це 0,15% відносно загальної кількості місцевих бюджетів.

Крім того, упродовж січня-грудня 2015 року за результатами державних фінансових аудитів бюджетних програм, місцевих бюджетів та діяльності суб'єктів господарювання державного сектору економіки загальні обсяги надходжень коштів внаслідок впровадження (врахування) пропозицій та рекомендацій державних аудиторів склали понад 18,9 млн. грн., з яких 1,4 млн. грн. надійшли до державного бюджету; 15,7 млн. грн. – до місцевих бюджетів усіх рівнів; майже 1,8 млн. грн. – безпосередньо суб'єктам господарювання.

Водночас за результатами проведених у 2015 році аудитів органами Держаудитслужби надано понад 1,4 тисячі пропозицій, з яких майже 1,2 тис. враховано (або майже 79,2%), прийнято 343 управлінські рішення.

Звичайно ж, такі результати контролю не можуть бути позитивними. Проблемою є й те, що, за визнанням ДАСУ, проведення повномасштабного аудиту місцевих бюджетів силами контрольних органів неможливо.

На ефективність використання бюджетних коштів вагомий вплив здійснює своєчасне проведення державного фінансового аудиту, який дає змогу:

- оцінити рівень досягнення результативних показників бюджетної програми через співвідношення фактично отриманих та запланованих результативних показників;
- здійснити контроль за використанням бюджетних коштів на підприємствах, установах, організаціях;
- визначити проблеми, які негативно вплинули на процес виконання запланованих завдань;
- зберегти бюджетні ресурси шляхом здійснення коригуючих заходів;

– посилити відповідальність керівництва щодо організації контролю на всіх стадіях бюджетного процесу.

Потребу в державному фінансовому аудиті виконання місцевих бюджетів підтверджують непоодинокі факти наявності порушень стосовно законного і ефективного використання бюджетних коштів та невиконання посадовими особами підконтрольних об'єктів пропозицій щодо їх усунення.

У зв'язку з низькою кількістю проведених державних фінансових аудитів виконання місцевих бюджетів ДАСУ і з негативною тенденцією до їх зменшення протягом останніх років необхідно чітко визначити критерії та процедури вибору об'єктів державного фінансового аудиту.

За ступенем формування суспільної думки громадськість дедалі більше вимагає, щоб особи чи органи, які мають повноваження управляти державними фінансами, звітували про свою діяльність. Це передбачає запровадження процедури, яка зобов'язувала б ці особи звітуватися.

Ми вважаємо, що найкращим було б створення в системі управління належних інформаційних систем (наприклад, сайт міських, обласних рад) з обов'язковим розміщенням інформації про проведений державний фінансовий аудит та аудиторський висновок.

Висновки з проведеного дослідження. Отже, практика вказує на доцільність та високу ефективність контролю місцевих бюджетів за поєднання двох форм, а саме аудиту й інспектування. Таке поєднання дає змогу комплексно оцінити стан виконання місцевого бюджету як з точки зору дотримання бюджетного процесу на всіх його стадіях, законності операцій із бюджетними коштами, так і щодо ефективності управління комунальним майном усіма суб'єктами на місцевому рівні. Саме такої оцінки стану виконання місцевих бюджетів потребують місцеві й центральні органи виконавчої влади загалом та громадяни зокрема.

1. Бугаєнко В. Проблеми державного фінансового аудиту діяльності бюджетних установ / В. Бугаєнко // Вісник КНТЕУ. – 2009. – Вип. 4. – С. 100–105.

2. Державний аудит [Л. Дікань, Ю. Голуб, Н. Синюгіна]. – К. : Знання, 2011. – 503 с.

3. Конституція України : Прийнята на п'ятій сесії Верховної Ради України 28 червня 1996 року. – К. : Преса України, 1997. – 80 с.

4. Лімська декларація керівних принципів контролю : Декларація IX Лімського (Перу) Конгресу вищих органів контролю державних фінансів (INTOSAI) від 1 жовтня 1977 року [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.ac-rada.gov.ua/control/main/uk/publish/article/140217>.

5. Про аудиторську діяльність : Закон України від 22 квітня 1993 року № 3125-XII.

6. Про основні засади здійснення державного фінансового контролю в Україні : Закон України від 26 січня 1993 року № 2939-XII [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/2939-12>.

7. Про затвердження Порядку проведення Державною аудиторською службою, її міжрегіональними територіальними органами державного фінансового аудиту виконання місцевих бюджетів від 12 травня 2007 року № 698 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/698-2007>.

E-mail: Ira.Kuhar9@gmail.com

УДК 658.8.012:339.13.017

Кармазінова В.Д.

аспірант,

Київський національний торговельно-економічний університет

МАРКЕТИНГОВА КОМУНІКАЦІЙНА ПОЛІТИКА МАРКЕТИНГОВИХ ДОСЛІДНИХ АГЕНТСТВ

У статті представлено результати вивчення теоретичних аспектів формування маркетингових комунікацій дослідними агентствами. Досліджено актуальні питання вдосконалення маркетингової комунікаційної політики. Розглянуто об'єктивну необхідність аналізу маркетингової комунікаційної політики дослідницьких агентств. Визначено основні чинники, які необхідно враховувати під час розроблення комунікаційної політики. Розглянуто основні інструменти, проблеми та перспективи впровадження маркетингової комунікаційної політики в систему маркетингової діяльності агентства. Проаналізовано частоту та особливості вживання комунікаційної політики. Показано основні переваги використання інтернет-комунікацій, такі як орієнтування на споживача, можливість показати унікальність дослідних послуг за своїм характером та складністю представлення. У висновку надано низку рекомендацій, на які може орієнтуватися керівництво дослідних агентств в процесі вдосконалення маркетингової діяльності загалом.

Ключові слова: маркетингові дослідні агентства, маркетингова комунікаційна політика, інструменти комунікаційної політики, прямий маркетинг, стимулювання збуту, бренд-менеджмент, інтернет-комунікації, цільова аудиторія.

МАРКЕТИНГОВАЯ КОММУНИКАЦИОННАЯ ПОЛИТИКА МАРКЕТИНГОВЫХ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИХ АГЕНТСТВ

Кармазінова В.Д.

В статье представлены результаты изучения теоретических аспектов формирования маркетинговых коммуникаций исследовательскими агентствами. Исследованы актуальные вопросы совершенствования маркетинговой коммуникационной политики. Рассмотрена объективная необходимость анализа маркетинговой коммуникационной политики исследовательских агентств. Определены основные факторы, которые необходимо учитывать при разработке коммуникационной политики. Рассмотрены основные инструменты, проблемы и перспективы внедрения маркетинговой коммуникационной политики в систему маркетинговой деятельности агентства. Проанализированы частота и особенности употребления коммуникационной политики. Показаны основные преимущества использования интернет-коммуникаций, такие как ориентировка на потребителя, возможность показать уникальность исследовательских услуг по своему характеру и сложности представления. В заключении предоставлен ряд рекомендаций, на которые может ориентироваться начальство исследовательских агентств в процессе совершенствования маркетинговой деятельности в целом.

Ключевые слова: маркетинговые исследовательские агентства, маркетинговая коммуникационная политика, инструменты коммуникационной политики, прямой маркетинг, стимулирование сбыта, бренд-менеджмент, интернет-коммуникации, целевая аудитория.

MARKETING COMMUNICATION POLICY OF THE MARKETING RESEARCH AGENCIES

Karmazinova V.

Results of a study of theoretical aspects of formation of marketing communications by the research agencies are provided in the article. Topical issues of enhancement of a marketing communication policy are raised. Objective need of the analysis of a marketing communication policy of the research agencies is considered. Pacing factors which need to be considered by development of a communication policy are defined. The main tools, problems and perspectives of implementation of a marketing communication policy in the system of marketing activities of the agency are considered. Frequency and features of the use of a communication policy are analyzed. It is shown primary benefits of use of internet-communications: orientation to a customer, opportunity to show uniqueness of research services in character and difficulties of representation. In the inference it is provided a row of recommendations by which the administration of the research agencies in the course of enhancement of marketing activities in general can be guided.

Keywords: marketing research agencies, marketing communication policy, tools of communication policy, direct marketing, sales promotion, brand management, internet-communications, target audience.

Постановка проблеми. В епоху активного розвитку електронних та цифрових технологій трансформуються всі сфери сучасного суспільства. Помітних змін зазнає й маркетингова діяльність: змінюються підходи

та інструменти, трансформується традиційна модель комунікації. Розвиток глобальної інформаційної мережі та використання її ресурсів суб'єктами сучасного ринку в маркетингових цілях створюють додат-

кові можливості всім учасникам маркетингового процесу, а тому привертають підвищену увагу не тільки представників бізнесу, але й дослідників. Особливий інтерес в цьому випадку має вивчення процесу, каналів та способів здійснення маркетингових комунікацій в глобальному інформаційному просторі.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питанням становлення та розвитку маркетингових комунікацій та практики управління ними на підприємстві присвячена велика кількість фундаментальних праць вітчизняних та зарубіжних науковців. Теоретичні підходи з цієї проблематики розглянуті в працях таких вчених, як Т. Амблер, А. Долбунова, Н. Морозова, М. Рюмина, О. Федорович, Н. Шпак.

Постановка завдання. Метою дослідження є формування концептуальних основ комунікаційної політики в системі стратегічного планування маркетингового дослідного агентства.

Виклад основного матеріалу дослідження. Маркетингові комунікації є ключовим фактором прийняття стратегічних рішень на основі плану маркетингу. Маркетингові комунікації покликані дати цільовим аудиторіям уявлення про загальну маркетингову стратегію компанії шляхом використання спеціальних повідомлень про продукт, його ціну та способи продажу з метою викликання їх інтересу або переконання прийняти певну точку зору. З урахуванням специфіки маркетингового дослідного агентства маркетингова комунікація – це процес, який спрямований на переконання клієнта агентством з метою впливу на поведінку та ставлення першого.

До основних причин аналізу комунікаційної політики підприємства відносяться:

- відсутність єдиної стратегії комунікаційної політики; сформована політика комунікацій створює для підприємства більше можливостей для контролю витрат та аналізу їх ефективності; хаотичне викорис-

тання інструментів маркетингових комунікацій – це невдала інвестиція в розвиток;

- невдалий вибір каналів просування; інструменти маркетингових комунікацій, що використовуються на практиці компаніями, не завжди допомагають досягти встановленої мети; оскільки кожен з них має свої особливості використання та межі впливу на споживача.

Карти позиціонування за різними характеристиками дають змогу чітко сформувати уявлення про місце дослідної компанії на ринку. Оскільки компанії не використовують інструменти так активно, як підприємства, що працюють на інших ринках, їх стратегії та тактики в цьому напрямі більш приховані. Необхідно враховувати, що відмінність між ринками впливає не тільки на інструменти МКП, але й перш за все на поставленні цілі та напрями реалізації. Дослідження позиціонування агентств дасть змогу детально проаналізувати та охарактеризувати інструменти та види МКП, що використовуються компаніями. Відповідно до досліджень простежується чітка спеціалізація дослідних компаній на наданні послуг, які, відповідно, працюють на ринку B2B та B2C (рис. 1). Дослідні агентства загалом надають однакові послуги та задовольняють тотожні між собою потреби, але кожне з них має свою унікальну характеристику, що виділяє її з-поміж конкурентів.

З отриманої карти можна дійти висновку, що переважно більшість дослідних агентств позиціонує себе як компанії, що надають послуги по дослідженню ринку B2C. Серед наведених компаній “Gfk Ukraine”, «Міллард Браун-APMI», “Kantar TNS Ukraine” пропонують послуги для ринку B2B. Дані отриманні з джерел масової інформації та публічних сайтів компаній. Тобто, поєднуючи дві характеристики, вибрані нами, головними конкурентами між собою є “Gfk Ukraine” та “AC Nielsen”, оскільки інші компанії мають значно меншу частку ринку.

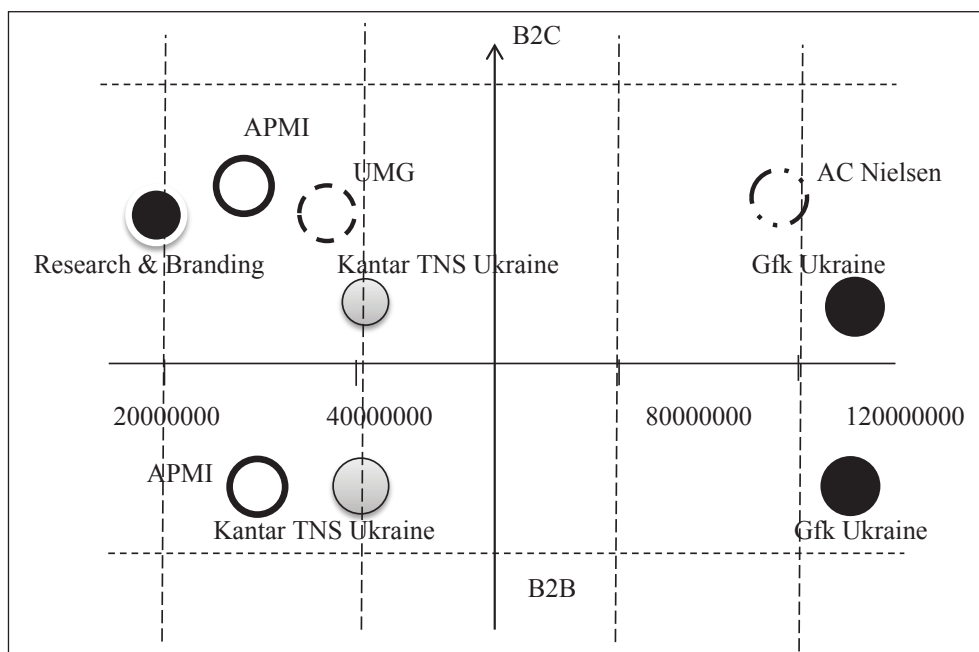


Рис. 1. Карта позиціонування дослідних компаній на ринку (частка ринку; B2B та B2C)

Джерело: узагальнено на основі [1, с. 20]

Дослідні компанії з великим досвідом роботи на міжнародних ринках максимально інвестують свої ресурси в розробку власних методик, сервісів та інструментів досліджень, що виділяє їх з-поміж конкурентів, та пропонують новачки в сфері маркетингових досліджень та нові послуги й можливості для клієнтів. Агентства характеризуються не лише за загальними критеріями (розмір, масштаби діяльності, кількість персоналу тощо), але й залежно від наборів інструментарію та напрямів досліджень. Тобто міжнародні компанії мають більше переваг та можливостей для проведення досліджень, що збільшує попит на їх послуги, на відміну від невеликих агентств, які є вузькоспеціалізованими та займаються дослідженнями певного сектору. Одним з важливих показників є охоплення ринку різними методами (рис. 2). Нами складено карту, що відображає положення компаній залежно від двох характеристик: відсоткове співвідношення кількості власних методів та охоплення ринку цими методами.

Вибрана характеристика та побудована карта дадуть змогу виокремити кожен з компаній за головними ознаками та сформувати більш цілісну картину позицій агентств відносно одне одного. Відносно складеної карти сформувались три групи дослідних компаній, що конкурують між собою. Лідером серед агентств є компанія "GfK Ukraine", але рівень охоплення ринку використовуваними методами майже однаковий з агентством "Kantar TNS Ukraine".

Умовно розділивши графік на чотири частини, можна сформувати окремі групи, що залежно від схожості результатів є прямими конкурентами. Так, в першу групу відносяться компанії "GfK Ukraine" та "AC Nielsen", другу – "Kantar TNS Ukraine", третю – "UMG", а четверту групу складають компанії "Research & Branding" та "APMI".

& Branding", «Міллард Браун-APMI». На цій карті відображені результати попередньо визначених лідерів ринків, тобто кожне з агентств можна виділити залежно від методик, а також отримати результати, що розподілили їх на певні групи та сформували певні множини впливу один на одного.

Дослідні агентства, що функціонують на вітчизняному ринку, використовують корпоративні сайти та сторінки в популярних соціальних мережах. B2B-маркетинг спрямований не просто на покупця, а на клієнта, який є представником або власником бізнесу та шукає рішення для розвитку своєї компанії. Просування B2B-бренду за допомогою інтернет-простору має свої особливості та відрізняється використовуваними інструментами. Ми пропонуємо окремо визначити напрям просування бренду дослідного агентства за допомогою комунікацій інтернет-маркетингу (рис. 3).

Здатність бренду за допомогою віртуального зв'язку допомогти споживачу створити або змінити бажаний образ про агентство завдяки новим технологіям або на рівні емоцій допомагає брендам бути необхідними або бажаними (причому друге іноді є більш важливим). Вирішити «старі» та «нові» завдання бренд-менеджменту можуть допомогти сучасні методи просування, більшість яких є інтернет-технологіями. Під час вибору загальноновживаних заходів системи маркетингових комунікацій є ризики стосовно їх ефективності та результативності. При цьому витрати набагато більші, ніж під час використання сучасних технологій в мережі. На практиці агентства вже використовують деякі з цих заходів, але не враховують їх як елемент комунікацій. Хоча пошуки агентства для співпраці починаються з пошуку в мережі.

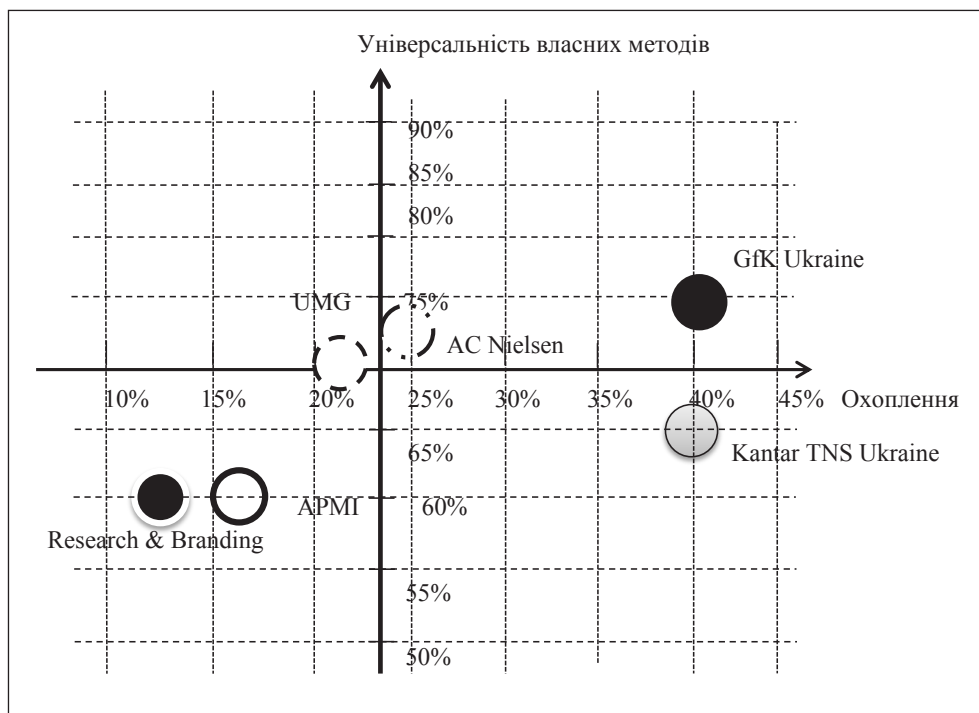


Рис. 2. Карта позиціонування маркетингових дослідних агентств щодо універсальності власних методик та охоплення ринку

Джерело: узагальнено на основі [1–7] та за результатами власного дослідження

Представники компанії, перш ніж прийняти остаточне рішення, використовують різні пошукові системи, клацають на багато оголошень відразу, щоб була можливість для порівняння та вибору. Тобто чим більше інформації на різних пошукових сайтах, тим більше вірогідність бути вибраним споживачем. Кожен з видів інтернет-комунікацій має свій вплив та застосування на практиці агентством.

Незважаючи на високу ефективність заходів інтернет-комунікацій, вони повинні відповідати кільком умовам. По-перше, це максимальне охоплення цільової аудиторії. В цьому випадку в неї входять маркетингологи, бренд-менеджери, менеджери, представники компаній та мереж. По-друге, повідомлення повинні бути лаконічними та змістовними, транслюючи за короткий час максимальний обсяг корисної інформації. По-третє, має значення життєвий цикл повідомлень, іншими сло-

вами, період, протягом якого інтернет-користувачі зможуть побачити їх, наприклад, за запитом в пошуковій системі. Нарешті, з точки зору відповідності особливостям сприйняття важлива мультимедійність, тобто вплив одночасно на кілька органів чуття.

Варто розглянути попередньо запропоновані засоби комунікацій (табл. 1) та порівняти відповідність різних інтернет-майданчиків, які використовуються для просування брендів професійних послуг.

Одним з найбільш ефективних каналів отримання інформації в професійному середовищі стає відео, що містить інформативне повідомлення про компанію або її послуги та конкретні пропозиції, адресовані потенційним партнерам. Ресурсів для розміщення подібних роликів сьогодні чимало, серед них слід назвати сайти компаній-партнерів. Однак для збільшення саме цільового трафіку найбільш ефективним буде розміщення

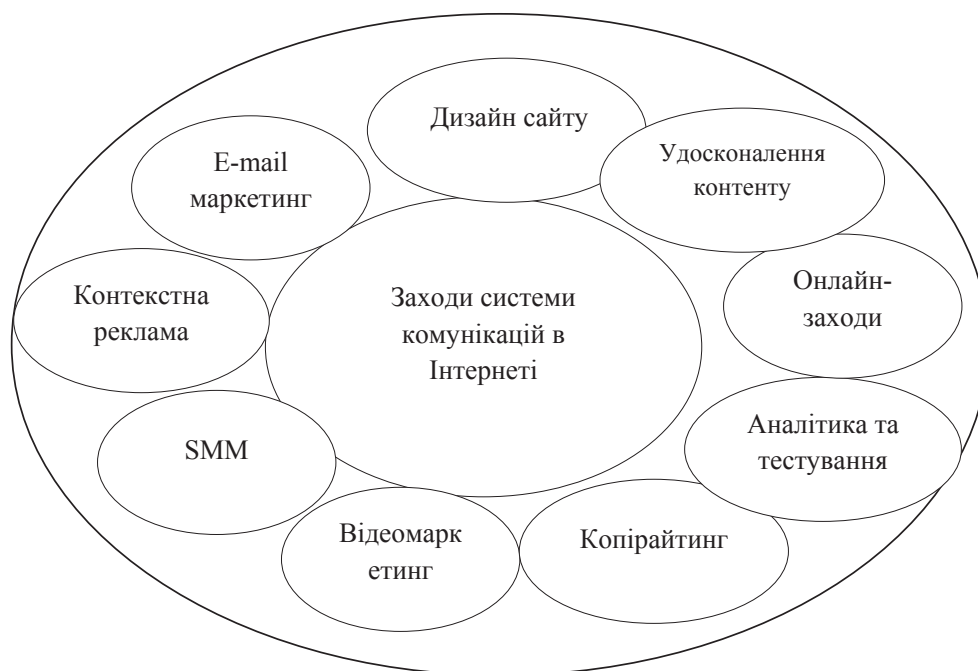


Рис. 3. Заходи просування бренду маркетингового дослідного агентства за допомогою можливостей інтернет-мережі

Джерело: узагальнено автором

Таблиця 1. Аналіз основних заходів системи інтернет-комунікацій, найбільш релевантних для впровадження маркетинговими дослідними агентствами

Інтернет-комунікації	Корпоративний сайт	Сторінки соціальних мереж	Відео- та онлайн-трансляції
Охоплення ЦА	Залежить від ефективності використовуваних методів просування сайту та відповідності алгоритмів пошукових систем	Максимальне	Максимальне
Інформативність	Залежить від цільової аудиторії сайту та контенту	Залежить від мети, що була поставлена перед створенням сторінки (для спілкування зі споживачами або професіоналами галузі)	Максимальна
Життєвий цикл	Довготривалий	Короткостроковий	Довготривалий
Мультимедійність	Максимальна	За допомогою анонсування матеріалів та посилань на сайт	Максимальна
Інтерактивність	Відсутня	Максимальна	Низька

Джерело: запропоновано автором

відеоматеріалів на спеціалізованих майданчиках, цікавих професіоналам.

Незважаючи на високу ефективність поєднання інтернет-ресурсів з основними засобами системи маркетингових комунікацій, агентства повинні прораховувати будь-які витрати, спрямовані на розвиток та просування брендів. Перед їх використанням необхідно обґрунтувати їх можливий вплив на потенційних споживачів та спрогнозувати результати їх використання агентствами.

Висновки з проведеного дослідження. Ефективність управління брендом дослідного агентства визначається рентабельністю витрат. Як позитивний ефект від управління брендом виступають його цінність для споживачів, імідж та репутація на ринку. Сила бренду виявляється через різні аспекти споживчої поведінки: через селективний вибір даного бренду з багатьох інших, через повторне придбання продукції даного промислового підприємства, яке визначає лояльність споживачів до даного бренду. Бренд впливає на поведінку споживачів не тільки на етапі вибору та

завалення послуги, але й на етапі виконання її. Система заходів маркетингових комунікацій для брендів дослідних компаній створює опосередкований вплив на його маркетингову діяльність та на інші його бізнес-процеси через вплив на поведінку споживачів. Майже кожен вид маркетингової діяльності залежить від сили бренду. Чим сильніше бренд агентства, тим більш кращі його технології, тим простіше налагодити комунікації з контрагентами, отже, більша ефективність маркетингової діяльності підприємства. Сила бренду має найбільш сильний вплив на поведінку клієнта в ситуації споживчої невизначеності та в разі першої співпраці з агентством. У цих двох випадках бренд може маніпулювати діями споживачів, змушуючи їх здійснити замовлення. Споживча невизначеність виникає в тих випадках, коли споживачі відчувають невпевненість в тому, який товар вибрати. В цій ситуації за статистикою споживачі вважають за краще співпрацювати з сильними брендами, оскільки мають більше інформації про них і, таким чином, мотивують свої дії, переконують себе у вчиненні правильного вибору.

1. Лилик І. Ринок маркетингових досліджень в Україні в 2016 році: експертна оцінка та аналіз УАМ / І. Лилик // *Маркетингові дослідження*. – 2015. – № 1. – С. 4–26.

2. Досьє. Ліга / Gfk Україна [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://file.liga.net/company/2310-gfk_ukraine.html.

3. Лилик І. Ринок маркетингових досліджень в Україні в 2015 році: експертна оцінка та аналіз УАМ / І. Лилик // *Маркетинг в Україні*. – 2016. – № 1–2. – С. 19–33.

4. Інструменти / Kantar TNS [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://tns-ua.com/category/what-we-do/tools>.

5. Исследовательская компания “Gfk” / Гуманитарные технологии [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://gtmarket.ru/organizations/gfk/gfk-info>.

6. Ресурси / UMG [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://umg.ua/resursy.html>.

7. Собственные методики / Millward Brown A/P/M/I – Marketing [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.armi-marketing.com/research.php?view=11&loc=rus>.

E-mail: vika6662@yandex.ru

УДК 338.487(477);658.015

Коваленко Д.С.

*аспірант кафедри туризму та готельно-ресторанної справи,
Черкаський державний технологічний університет*

ДОСЛІДЖЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ГОТЕЛЬНОГО ПРОДУКТУ НА ОСНОВІ ОЦІНКИ СИНЕРГЕТИЧНИХ ВЗАЄМОЗВ'ЯЗКІВ ПРОЦЕСІВ ЙОГО ФОРМУВАННЯ

У статті розглядається питання визначення рівня конкурентоспроможності готельного продукту на основі оцінки синергетичних взаємозв'язків процесів його формування. Досліджено залежність рівня конкурентоспроможності готельного продукту від ступеня збалансованості синергетичного ефекту, витрат та доходів, пов'язаних з його розробкою та реалізацією. Сформульовано робочу гіпотезу, за якою конкурентоспроможність готельного господарства формується за умов оптимізації балансу між синергетичним ефектом, витратами та доходами, пов'язаними з розробкою та реалізацією готельного продукту. Показано, що на етапі формування нового готельного продукту продуктивним є встановлення взаємозв'язку його економічної надійності та сукупності синергетичних ефектів, отриманих від взаємодії процесів виробництва готельного продукту і постачання матеріальних цінностей; взаємодії внутрішніх процесів виробництва готельного продукту; взаємодії процесів виробництва і реалізації готельного продукту. Представлено математичну залежність, яка доводить, що у разі збільшення синергетичного ефекту, відповідно, посилюються взаємозв'язки між процесами формування та реалізації готельного продукту, тому, відповідно, збільшується рівень його конкурентоспроможності.

Ключові слова: конкурентоспроможність, готельний продукт, оцінка синергетичних ефектів, взаємозв'язок процесів формування готельного продукту.

ИССЛЕДОВАНИЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ГОСТИНИЧНОГО ПРОДУКТА НА ОСНОВЕ ОЦЕНКИ СИНЕРГЕТИЧЕСКИХ ВЗАИМОСВЯЗЕЙ ПРОЦЕССОВ ЕГО ФОРМИРОВАНИЯ

Коваленко Д.С.

В статье рассматривается вопрос определения уровня конкурентоспособности гостиничного продукта на основе оценки синергетических взаимосвязей процессов его формирования. Исследована зависимость уровня конкурентоспособности гостиничного продукта от степени сбалансированности синергетического эффекта, затрат и доходов, связанных с его разработкой и реализацией. Сформулирована рабочая гипотеза, согласно которой конкурентоспособность гостиничного хозяйства формируется при условиях оптимизации баланса между синергетическим эффектом, затратами и доходами, связанными с разработкой и реализацией гостиничного продукта. Показано, что на этапе формирования нового гостиничного продукта продуктивным является установление взаимосвязи его экономической надежности и совокупности синергетических эффектов, полученных от взаимодействия процессов производства гостиничного продукта и поставки материальных ценностей; взаимодействия внутренних процессов производства гостиничного продукта; взаимодействия процессов производства и реализации гостиничного продукта. Представлена математическая зависимость, которая доказывает, что в случае увеличения синергетического эффекта, соответственно, усилятся взаимосвязи между процессами формирования и реализации гостиничного продукта, поэтому, соответственно, увеличивается уровень его конкурентоспособности.

Ключевые слова: конкурентоспособность, гостиничный продукт, оценка синергетических эффектов, взаимосвязь процессов формирования гостиничного продукта.

HOTEL PRODUCT COMPETITIVENESS RESEARCH BASED ON EVALUATION OF SYNERGETIC RELATIONSHIP OF ITS FORMATION PROCESSES

Kovalenko D.

The article deals with the question of determining a hotel product competitiveness level based on evaluation of the synergetic relationships of its formation processes. The dependence of the hotel product competitiveness level on the degree of balancing of the synergetic effect, costs and revenues associated with its development and implementation has been considered. The paper presents the working hypothesis that the hotel economy competitiveness is formed on conditions of optimizing the balance between the synergetic effect, costs and revenues associated with the development and implementation of the hotel product. It has been shown that at the stage of a new hotel product formation, it is productive to establish the interrelation between its economic reliability and the aggregate of synergetic effects obtained from the interaction of the hotel product production processes and the supply of material values; interaction of internal hotel products production processes; interaction of production processes and the implementation of the hotel product. A mathematical dependence has been presented that proves the fact that in case of an increase in the synergistic effect, the interrelations between the processes of formation and realization of the hotel product will be strengthened, and, accordingly, the level of its competitiveness will be increased.

Keywords: competitiveness, hotel product, evaluation of synergetic effects, processes interrelation of hotel product formation.

Постановка проблеми. Нині відчувається нагальна потреба в становленні нових напрямів розвитку теоретичних положень готельного обслуговування, які б дали змогу дослідити загальні принципи побудови механізмів раціональної системи управління розробки та реалізації готельного продукту. Одним із таких теоретичних напрямів, який має свій предмет, методологію та методи дослідження, є синергетика.

Синергетика пов'язана з іменами таких вчених, як, зокрема, Г. Хакен, Е. Ласло, І. Пригожин, С. Курдюмов, Ю. Клімович. Сьогодні така теорія інтенсивно розвивається у низці країн різними науковими школами, проте у вітчизняній та зарубіжній літературі практично відсутні роботи, які присвячені ідеям синтезу методології формування конкурентоспроможності продуктів готельного бізнесу та синергетики.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питанням, що пов'язані з функціонуванням готельного господарства та аналізом його конкурентоспроможності, присвячені роботи вітчизняних і зарубіжних вчених, таких як, зокрема, Г. Яковлев, Г. Балашов, Є. Кусков, А. Медік, А. Інграм, Х. Шмаков, Х. Ревенков, В. Любіцева, Х. Роглев. Водночас, як свідчить аналіз цих робіт, потребує теоретичного обґрунтування можливість використання методів вартісної оцінки конкурентоспроможності готельного господарства, що дасть змогу сформулювати наукові підходи до встановлення співвідношення такої оцінки та рівня його конкурентоспроможності.

Постановка завдання. Вищевикладене визначило актуальність теми дослідження і постановку завдання, що полягає у подальшому розвитку відомих науково-методологічних положень формування конкурентоспроможності готельного продукту у контексті оцінки синергетичних взаємозв'язків процесів його створення та реалізації.

Виклад основного матеріалу дослідження. В умовах постійно зростаючої конкуренції на ринку

гостинності особливу роль відіграє проблема оцінки можливості створення та підвищення ефективності синергетичних взаємозв'язків між ключовими елементами конкурентоспроможності готельного господарства. При цьому позитивний ефект від управління конкурентоспроможністю може бути досягнутий лише у тому разі, якщо взаємодія всіх її елементів приведе до безперечного виконання всіх замовлень, підвищення підприємницької культури і якості готельного продукту, зменшення сукупних витрат тощо [1].

Конкурентоспроможність готельного продукту досягається лише у тому разі, коли може бути отриманий реальний синергетичний ефект від організаційної, технологічної, економічної та інформаційної єдності всіх процесів, що формують та реалізують такий продукт. Підприємство на основі підвищення якості таких процесів, як елементи конкурентоспроможності, має не тільки отримати вигоди і переваги від синергетичних взаємозв'язків між ними, але й збільшити її абсолютний рівень за рахунок появи нових можливостей. Отже, конкурентоспроможність готельного господарства формується за умов оптимізації балансу між його синергетичним ефектом, витратами та доходами, пов'язаними з розробкою та реалізацією готельного продукту (рис. 1).

Зона 1. Готельне господарство отримує негативний синергетичний ефект, який обумовлений високим рівнем сукупних витрат на формування готельного продукту, що пов'язано з великими втратами прибутків від його низької якості. За такої ситуації готелю необхідно приймати рішення про те, варто йому і далі продовжувати реалізовувати такий продукт чи ж доцільно взагалі покинути ринок на користь конкурентів.

Зона 2. Споживач отримує якісний готельний продукт, який його задовольняють, а готель – позитивний синергетичний ефект. У такому разі цілком виправданими є суттєве розширення масштабів створення та реалізації готельного продукту та покращення його

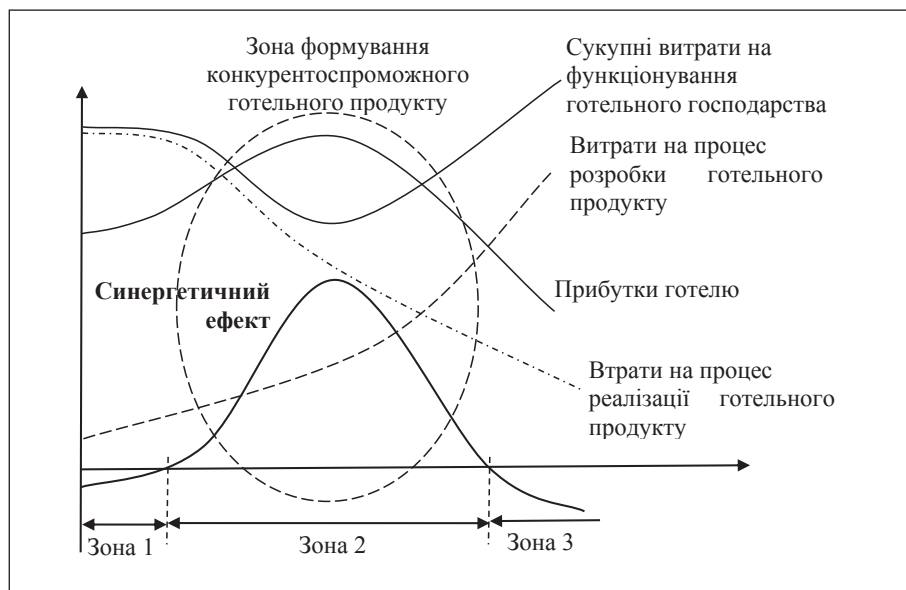


Рис. 1. Ідентифікація конкурентоспроможності готельного продукту на основі встановлення синергетичних взаємозв'язків процесів його виробництва і реалізації

Джерело: розробка автора на основі [3; 6]

якості для того, щоб у кінцевому підсумку отримати необхідний рівень конкурентних переваг, відповідно, підвищити свої прибутки.

Зона 3. Отримання готелем негативного синергетичного ефекту, який обумовлений високим рівнем витрат, пов'язаних з формуванням та реалізацією готельного продукту, тоді як через високий рівень його якості втрати на конкурентному ринку мінімальні.

Беручи до уваги наявні дослідження щодо теоретичного осмислення сутності синергетичного ефекту [1; 2; 4; 5], вищевикладені положення можна представити такою залежністю:

$$E_{\text{синерг}} = [(D' - B') + \Delta B'_в + \Delta B'_{\text{об}} + (\Delta D_{(T+\Delta T)} - \Delta D_{(T+\Delta T)})] - S, \quad (1)$$

де $E'_{\text{синерг}}$ – синергетичний ефект, отриманий під час розроблення та реалізації готельного продукту у розрахунковому періоді часу T ;

D' – прибутки підприємства від реалізації готельного продукту у розрахунковому періоді часу T ;

B' – витрати підприємства на формування та реалізацію готельного продукту у розрахунковому періоді часу T ;

$\Delta B'_в$ – економія ресурсів підприємства в умовно-постійній їх частині, отриманих від формування та реалізації готельного продукту у розрахунковому періоді часу T ;

$\Delta B'_{\text{об}}$ – економія обігових витрат підприємства від формування та реалізації готельного продукту у розрахунковому періоді часу T ;

$\Delta D_{(T+\Delta T)}$ – прирощування доходів підприємства, що пов'язані з виробництвом й реалізацією готельного продукту в результаті збільшення обсягів його реалізації у розрахунковому періоді часу $(T + \Delta T)$;

$\Delta D_{(T+\Delta T)}$ – прибування витрат, що пов'язані з виробництвом й реалізацією готельного продукту в результаті збільшення обсягів його реалізації у періоді часу $(T + \Delta T)$;

ΔT – додатковий часовий відрізок, що характеризує розрив між розрахунковим періодом часу T і періодом збільшення обсягів реалізації готельного продукту;

S – загальні витрати підприємства на розробку та реалізацію готельного продукту у розрахунковому періоді часу T .

Чим більше синергетичний ефект ($E_{\text{синерг}} \gg 0$), тим сильніше взаємозв'язки між процесами формування та реалізації готельного продукту, і, відповідно, вище

рівень його конкурентоспроможності. Чим менше величина синергетичного ефекту ($E_{\text{синерг}} > 0$), тим менше стійкі зв'язки, а тому менше конкурентоспроможність продукту.

Необхідно зазначити, що на етапі формування готельного продукту синергетичний ефект оцінити кількісно досить складно. Тому продуктивним є дослідження можливості прояву взаємозв'язку синергетичного ефекту й економічної надійності продукту [3; 6] у такому вигляді:

$$E_{\text{синерг}} \geq [\zeta_{\text{ЕНЛП}} - (E_{\text{пост}} + E_{\text{виробн}} + E_{\text{реал}})], \quad (2)$$

де $\zeta_{\text{ЕНЛП}}$ – запас економічної надійності готельного продукту;

$E_{\text{пост}}$ – синергетичний ефект від взаємодії процесів виробництва готельного продукту і постачання матеріальних цінностей;

$E_{\text{виробн}}$ – синергетичний ефект від взаємодії внутрішніх процесів виробництва готельного продукту;

$E_{\text{реал}}$ – синергетичний ефект від взаємодії процесів виробництва і реалізації готельного продукту;

За такого підходу конкурентоспроможність готельного продукту визначається оптимізацією балансу між синергетичними ефектами та економічною надійністю його постачальницької, виробничої і реалізаційної складових.

Висновки з проведеного дослідження. Таким чином, конкурентоспроможність готельного продукту визначається відповідним комплексом споживчих характеристик, які надійно забезпечують формування й утримання синергетичних взаємозв'язків процесів його розробки та реалізації. Тому винятково важливими властивостями готельного продукту мають бути саме ті, які зумовлюють виникнення таких взаємозв'язків у межах і на умовах організаційно й економічно надійних результатуючих показників діяльності готельного господарства. Це формує важливу концептуальну настанову у сфері гостинності, яка повинна гарантувати отримання синергетичних ефектів за рахунок набуття й утримання економічної надійності, тобто здатності готельного господарства досягати у конкретно прогнозованому періоді часу оптимальних значень своїх організаційно-економічних, технологічних та інших параметричних характеристик, а також показників власної відтворювальної діяльності й розвитку з достатньою ймовірністю.

1. Боровкова В. Управление рисками в торговле / В. Боровкова. – СПб. : Питер, 2004. – 288 с.
2. Буданов В. Междисциплинарные технологии и принципы синергетики: проблемы и перспективы / В. Буданов // Синергетика: труды семинара. Вып. 1. – М. : Изд-во МГУ, 1998. – 342 с.
3. Васильева О.Е. Эффективность сервисного обслуживания продукции / О.Е. Васильева. – М. : Экономика, 2007. – 175 с.
4. Зайцев Е.И. Логистика и синергетика. Новая парадигма в теоретической логистике / Е.И. Зайцев // Логистика и управление цепями поставок. – 2004. – № 1. – С. 34–39.
5. Занг В.Б. Синергетическая экономика. Время и перемены в нелинейной экономической теории / В.Б. Занг ; пер. с англ. – М., 1999. – 411 с.
6. Таньков К.М. Дослідження синергетичних ефектів при формуванні ланцюгів поставок промислових підприємств / К.М. Таньков, О.В. Бахурець // Економіка розвитку. – 2011. – № 2(58). – С. 82–84.

E-mail: tankov.kn@gmail.com

УДК 351.824.11:005.591.6(477)

Череп А.В.

доктор економічних наук, професор,
Запорізький національний університет

Урусова З.П.

кандидат економічних наук, доцент,
Запорізький національний університет

АВТОМАТИЗАЦІЯ ОСББ ЯК ІНСТРУМЕНТ УПРАВЛІННЯ ЖИТЛОВО-КОМУНАЛЬНИМ ГОСПОДАРСТВОМ В УКРАЇНІ

В умовах поглиблення ринкової конкурентної боротьби та реалізації Проекту реформування житлово-комунального господарства, а також з метою успішного функціонування нових організаційних форм в галузі обслуговування житла виникає необхідність створення єдиного інформаційно-аналітичного забезпечення, що вимагає розробки нових методичних підходів і практичних порад до автоматизації процесів управління в даних організаціях. Підвищення якості рішень можливе лише за чіткого формулювання цілей і критеріїв, що дає змогу забезпечити можливість контролю результатів, оцінювання, зіставлення та вибору варіантів рішень. Авторами досліджено рівень автоматизації процесів управління діяльністю підприємств житлово-комунального господарства (ЖКГ) України в сучасних економічних умовах, а також наведено головні завдання впровадження систем автоматизації й програмних продуктів в процес управління ОСББ та управляючими компаніями. Обґрунтовано висновок про необхідність впровадження програмного забезпечення в процеси управління.

Ключові слова: об'єднання співвласників багатоквартирного будинку (ОСББ), житлово-комунальне господарство (ЖКГ), ефективність, ефективність діяльності, автоматизація, інформаційні технології, програмні продукти.

АВТОМАТИЗАЦИЯ ОСМД КАК ИНСТРУМЕНТ УПРАВЛЕНИЯ ЖИЛИЩНО-КОММУНАЛЬНЫМ ХОЗЯЙСТВОМ В УКРАИНЕ

Череп А.В., Урусова З.П.

В условиях углубления рыночной конкурентной борьбы и реализации проекта реформирования жилищно-коммунального хозяйства, а также в целях успешного функционирования новых организационных форм в области обслуживания жилья возникает необходимость создания единого информационно-аналитического обеспечения, что требует разработки новых методических подходов и практических советов в автоматизации процессов управления в данных организациях. Повышение качества решений возможно лишь при четком формулировании целей и критериев, что позволяет обеспечить возможность контроля результатов, оценки, сопоставления и выбора вариантов решений. Авторами исследован уровень автоматизации процессов управления деятельностью предприятий жилищно-коммунального хозяйства (ЖКХ) Украины в современных экономических условиях, а также приведены главные задачи внедрения систем автоматизации и программных продуктов в процесс управления ОСМД и управляющими компаниями. Обоснован вывод о необходимости внедрения программного обеспечения в процессы управления.

Ключевые слова: объединение совладельцев многоквартирного дома (ОСМД), жилищно-коммунальное хозяйство (ЖКХ), эффективность, эффективность деятельности, автоматизация, информационные технологии, программные продукты.

AUTOMATIZATION OF ACMH AS A TOOL FOR HOUSING MANAGEMENT IN UKRAINE

Cherep A., Urusova Z.

In the context of deepening market competition and implementation of the Housing Reform Project, and with a view to the successful functioning of new organizational forms in the area of servicing housing, there is a need to create a unified information and analytical support, which in turn requires the development of new methodological approaches and practical advice to automation of management processes in these organizations. Improving the quality of decisions is possible only with a clear formulation of goals and criteria, which in turn allows for the possibility of monitoring results, evaluation, comparison and choice of solution options. The authors analyze the level of automation of the processes of managing the activities of housing and communal services enterprises in modern economic conditions. The main tasks of introduction of automation systems and software products in the process of managing ACMBs and managing companies are presented. The conclusion about the necessity of software implementation in management processes is substantiated.

Keywords: association of coowners of multi-apartment buildings (ACMHs), housing and communal services, efficiency, activity, automation, information technologies, software products.

Постановка проблеми. Автоматизація процесів управління відіграє визначальну роль в управлінні діяльністю підприємством будь-якої форми власності, зокрема дають уявлення про реальний стан та перспективи розвитку, забезпечують ефективність діяльності підприємства для власників, контролюючих органів, контрагентів та споживачів. Особливо це стосується нових форм господарської діяльності у сфері обслуговування житла. Сьогодні об'єднання співвласників багатоквартирного будинку (ОСББ) є новим механізмом покращення ситуації у сфері житлово-комунального господарства України та надання житлових послуг громадянам.

Настав час налагодження управління житлово-комунальним господарством в нових умовах багатоукладної економіки, починаючи зі створення необхідної законодавчої бази та програмного забезпечення з використанням найсучасніших інформаційних технологій, що дасть змогу знизити навантаження на працівників, звільнити їх від рутинної роботи та більше приділяти уваги основним питанням [1]. Вказане визначає актуальність дослідження.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питання функціонування та розвитку житлового господарства останнім часом викликають жвавий інтерес науковців та практиків, зокрема представлені в працях М.Д. Андрійчука, І.В. Заблудської, І.М. Салуквадзе [2], В.І. Кравченка, К.В. Паливоди, В.А. Поляченко [3], М.М. Лебедева, В.А. Руденка [4]. Однак в цих роботах висвітлені питання, які стосуються реформування ЖКГ загалом. Мало уваги приділено проблемі впровадження процесів автоматизації в діяльність ОСББ, тому метою статті визначено дослідження рівня автоматизації процесів управління житлово-комунальним господарством в Україні.

Постановка завдання. Метою нашого дослідження є окреслення нормативно-методичних та організаційно-економічних засад застосування автоматизованих систем управління ЖКГ України; визначення рівня автоматизації процесів управління діяльністю підприємств житлово-комунального господарства.

Виклад основного матеріалу дослідження. Нині в Україні в межах області та країни є різні ОСББ, управляючи компанії та ЖЕКи з точки зору готовності до автоматизації діяльності, тому в процесі підготовки до неї виникатимуть такі питання: який рівень зрілості ІТ-архітектури, наскільки готові об'єкти до автоматизації, яка інформаційна система найкраще підходить для задоволення потреб ЖКГ. Для відповіді на ці питання можна використовувати результати кластерного аналізу параметрів, що характеризують діяльність регіону.

Нині відомо багато розробок інформаційних систем для житлових систем [5, с. 27–31; 6, с. 20–24; 7, с. 40–44]. При цьому інформаційні системи залежно від їх функціонального призначення поділяються на декілька видів:

- нормативно-інформаційні, які є збіркою відповідної нормативної інформації;
- розрахунково-бухгалтерські, що беруть участь в підготовці платіжних доручень на оплату комунальних послуг;
- енергозберігаючі, які здійснюють збір, систематизацію та зберігання інформації про споживання ресурсів;
- експлуатаційні, які здійснюють автоматизований збір, збереження й обробку інформації для того отримання експертних оцінок і прогнозів розвитку об'єктів експлуатації.

Причому для підтримки управління ЖКГ найбільш важливу роль відіграє останній вид, а саме експлуатаційні інформаційні системи, тому що вони містять в собі всю необхідну інформацію, як текстову, так і графічну за кожним конкретним об'єктом ОЖС (об'єднаної житлової системи).

Можна сформулювати такі завдання, визначення яких можна здійснити за допомогою інформаційної системи підтримки процесу управління ОЖС, а саме:

- ведення обліку, накопичення, аналіз і обробка інформації по ОЖС; дослідження текстової та графічної інформації по заданих атрибутах;
- введення необхідних виправлень; здійснення маніпуляцій з даними відповідно до вимог кінцевого користувача;
- розширення створеної структури;
- інформації в різних додатках і формах звітності.

Все ж, як показує проведене дослідження успішного досвіду застосування експлуатаційних інформаційних систем в управління ОЖС з метою досягнення економічного ефекту, ці системи повинні містити в собі перевірені відомості про об'єкт експлуатації, що означає наявність паспортизації інженерних мереж, об'єктів, обладнання та споживачів.

Сам процес впровадження інформаційної системи змушує різні служби порівнювати матеріали паспортизації, контролювати їх, складати та вносити виправлення за фактом змін в схемах вузлів мережі, уточнювати навантаження і характеристики споживачів, структурувати великий масив розрізних даних. Знаючи істинно фактичний стан об'єктів, різні служби можуть приймати більш обґрунтовані рішення щодо оперативного та стратегічного управління об'єктами ЖКГ.

З метою спостереження за поточними режимними характеристиками в різних точках об'єкта і здійсненням дистанційного керівництва об'єктами існує можливість впровадження систем моніторингу, що дають змогу підвищувати рівень надійності та керованості об'єктами.

Для створення складної моделі так званого розумного будинку ("intelligent building") підготовчим етапом є впровадження систем моніторингу [8, с. 155–157]. Розумний будинок є сукупністю інженерно-технічних рішень і організаційних заходів, спрямованих на створення високоефективної, економічної системи управління будівлею, максимально відповідає потребам користувачів і власників цього «розумного будинку» і дає змогу:

- у разі виникнення аварійних і позаштатних ситуацій (пожежа, затоплення, витoki води, газу, несанкціонований доступ в приміщення, що охороняються тощо) оперативно приймати рішення;
- отримувати об'єктивну інформацію про стан всіх систем будівлі, а також їх роботу створити умови своєчасної локалізації аварійних ситуацій;
- зробити можливим централізований контроль і керівництво за нештатних ситуацій;
- з метою скорочення витрат на використання ресурсів, які споживаються будівлею (гарячої й холодної води, тепла, електроенергії, повітря тощо), потрібно ввести оптимальний режим управління інженерним обладнанням;
- проводити об'єктивний аналіз роботи устаткування, дій інженерних служб і підрозділів охорони за нештатних ситуацій за допомогою документування прийнятих рішень на основі автоматизованих баз даних.

Автоматизоване ведення диспетчерських журналів. Маючи у розпорядженні базу даних паспортизації та графічне відтворення об'єктів на екрані комп'ютера, диспетчери можуть виконувати, координувати та простежувати виконання різних оперативних і планових заявок в автоматизованому режимі. Якість і оперативність, а також ефективність роботи диспетчерів при цьому значно зростають, а рутинна робота по реєстрації всіх змін в базі даних здійснюється інформаційною системою. Це дає змогу сконцентрувати інтелектуальний ресурс диспетчерів на важливих питаннях, які потребують кваліфікованих рішень. Крім того, автоматизована реєстрація в базі даних всіх аварійних ситуацій і робіт, що проводяться на об'єктах ЖКГ, дає змогу збирати архіви аварійності та формувати відповідні статистичні дані.

Інформаційна система містить засоби статистичного аналізу, які дають можливість прогнозувати можливі аварії в певний проміжок часу та виявляти причини й фактори підвищеної аварійності на певних ділянках комунікацій або на окремих об'єктах, і, як результат, по-перше, вчасно попереджати аварії, провівши відповідний планово-попереджувальний ремонт; по-друге, зменшувати витрати на завчасне придбання матеріалів і запасних частин в необхідних кількостях.

Підключення системи візуалізації інформації, за допомогою якої буде зроблена графічна прив'язка об'єктів ЖКГ, за якої буде здійснюватися виконання інформаційної взаємодії між різними службами. Режим моделювання об'єктів ОЖС і режимів їх роботи дає змогу приймати рішення задач на віртуальних моделях і надавати оцінку варіантів їх рішень перед втіленням цих завдань на реальних об'єктах.

Введення навчальних систем і електронних тренажерів для персоналу диспетчерських і аварійних служб. Для створення архітектури інформаційної системи потрібен опис алгоритму реалізації кожної з цих функціональних можливостей.

Нині галузь ЖКГ потерпає від недосконалості нормативно-правової бази та відсутності методичного забезпечення. Власне, тому з метою полегшення був розроблений програмний комплекс «Система автоматизованого ведення єдиного реєстру нерухомого комунального майна територіальної громади міста» підприємством «СОФТПРОЕКТ» [9].

В основу програмного комплексу покладено нормативно-методичні документи, схвалені Міністерством регіонального розвитку будівництва та житлово-комунального господарства.

Серед цих документів є такі:

- Методика по будинковому обліку витрат на утримання будинків і споруд та прибудинкових територій суб'єктів господарювання з надання таких послуг;
 - Методичні рекомендації з планування складу та вартості з утримання будинків, споруд та прибудинкових територій;
 - Форми звітності з обліку надходження плати за послуги з утримання будинків і споруд та прибудинкових територій, витрат суб'єктів господарювання з надання таких послуг;
 - Класифікатор житлових будинків для визначення ремонтної складової мінімальної вартості послуг з утримання будинків і споруд та прибудинкових територій.
- Основними завданнями, які вирішує комплекс, є робота з технічними паспортами житлових будинків та їх

інженерних систем, а також автоматизоване визначення тарифів на послуги з утримання будинків і споруд та прибудинкових територій відповідно до Постанови КМУ від 1 травня 2011 року № 560 по кожному будинку окремо. Цей програмний продукт автоматично реєструє фактичні витрати підприємства на надання житлово-комунальних послуг і послуг з управління будинком. Комплекс формує звітну документацію про собівартість утримання окремого будинку та житлового фонду загалом (кошторис на утримання житлового фонду), картку обліку витрат на обслуговування житлового будинку, оборотну відомість по дому з розшифровкою по кожній послугі. Автоматично відбувається нарахування плати, субсидій за житлово-комунальні послуги по особових рахунках мешканців будинків. Також передбачено автоматизацію роботи таких відділів підприємства, як відділ кадрів, бухгалтерія, відділ економіки, інженерна служба (виробничо-технічний служба), паспортний стіл, диспетчерська служба, абонентська служба (укладання договорів).

В системі автоматично здійснюються перерахунки за дійсно надані послуги з урахуванням періодичності надання кожної окремої послуги в разі виконання таких перерахунків. Виконання планування робіт з утримання житлових будинків з урахуванням практично виконаних робіт і обсягів нарахувань, які поки що не підтверджені роботами (запас коштів на «рахунках будинків»); забезпечення прозорості проведення аудиту та контролю основної діяльності житлово-комунального підприємства шляхом подання повної та всебічної інформації про головну діяльність підприємства (проведені роботи, стан житлового фонду тощо); зниження інформаційного навантаження на працівників підприємства особливо в кінці звітних періодів (місяць, квартал, півріччя та рік).

Перевагою цього програмного комплексу є те, що його модулі дають змогу автоматизувати значний обсяг діяльності житлово-комунального підприємства і можуть використовуватися як житлово-експлуатаційними підприємствами так і управляючою компанією, а також службами єдиного замовника або асоціаціями ОСББ (об'єднання співвласників багатоквартирного будинку).

Унікальною особливістю системи є те, що її модулі не просто виконують покладені специфічні завдання, але й об'єднані в цілісний комплекс, що дає змогу вирішити проблему обліку та оперативного контролю над діяльністю підприємства загалом. Найголовнішою перевагою комплексної автоматизованої системи управління, крім створення комфорту і безпеки, є економічність. Навіть за допомогою мінімальної автоматизації інженерних систем будівлі в багатоквартирному будинку є можливість регулювати опалення, електропостачання тощо самими жителями або диспетчером, чим скорочувати експлуатаційні витрати.

Сучасний багатофункціональний житловий комплекс об'єднує в собі житлові будинки, підземні паркінги, торговельно-розважальний комплекс, спортивно-оздоровчий заклад і підприємства сфери послуг.

Кожний об'єкт ЖКГ містить велику кількість розподіленого інженерного обладнання, експлуатація якого неможлива без використання засобів автоматизації. Об'єднання всіх підсистем в будівлі здійснюється на базі єдиного програмного забезпечення, яке передбачає інтеграцію обладнання інших виробників за допомогою відкритих протоколів.

Призначення системи автоматизації для житлового комплексу такі: огляд стану інженерних систем; безперервне забезпечення ресурсами; виявлення і передбачення аварійних ситуацій; забезпечення економії витрат ресурсів (електроенергії, тепла, води); контроль кліматичного комфорту й екологічних параметрів в приміщеннях; контроль і управління системами безпеки; автоматичне керування освітленням; надання жителям комплексного інформаційного середовища; автоматизований облік і формування рахунків спожитих ресурсів.

Як приклад можна розглянути автоматизовану систему управління будівлями «Кодас», яка була створена підприємством «Електрон Лтд». Це підприємство ще у 2003 році «вирало своїм головним напрямом діяльності автоматизовані системи управління будівлями «Кодас»».

«Кодас» є комплексною автоматизованою системою управління і диспетчеризації, яка призначена для рішення задач оперативного контролю та управління технологічними процесами житлових будинків, громадських та адміністративних будівель. Ця комплексна система управляє всім життєвим циклом будівлі та його підсистемами як єдиним цілим, таким чином, забезпечує сучасний рівень гарантій справності, роботи всіх інженерних систем, а також оптимальних режимів експлуатації та економічного використання зовнішніх ресурсів [10].

До складу автоматизованої системи «Кодас» входять такі підсистеми управління, а саме управління освітленням, електропостачанням, водопостачанням, опаленням і гарячим водопостачанням, вентиляцією і кондиціонуванням повітря, комерційного обліку енергоносіїв, контролю ліфтового обладнання, контролю

Таблиця 1. Функціональні можливості програмних продуктів

Назва програми	Функціональні можливості
«ЖКГ-СОЦІУМ»	Комплексна комп'ютерна система для автоматизації керування діяльністю житлово-експлуатаційних організацій різних форм (ОСББ, ТОВ, ЖБК, ЖЕК). забезпечує: – облік житлового фонду, нежитлових приміщень, орендованої площі; – облік мешканців (паспортний стіл); – облік спожитих ресурсів за відомостями показників лічильників; можливість перерахунку квитанцій за актами звірки показників лічильників; – повний контроль за розрахунками по квартплаті, а саме нарахування та перерахунок за надані комунальні та додаткові послуги; друк та розсилка звичайною або електронною поштою квитанцій; – облік оплати через банк, касу або платіжний термінал; контроль заборгованості; – формування стандартних довідок та звітів (форма 1-пільга, ЖС-2, форма 3, звітів до служб соціального захисту населення тощо); – оперативний контроль за розрахунковими рахунками підприємства, а саме імпорт/експорт електронних платіжних документів через систему клієнт-банк; – нарахування та звітність по заробітній платні; – бухгалтерський облік; – аналіз облікових даних та нарахувань за допомогою широкого спектру спеціальних аналітичних звітів.
Система автоматизованого побудинкового обліку для ОСББ	Система «Автоматизований побудинковий облік» призначена для ведення обліку витрат та робіт по утриманню житлового фонду житлово-комунального підприємства відповідно до чинного законодавства у сфері тарифів на утримання житла. Основними задачами є такі: – забезпечення визначення нормативних тарифів на послуги з утримання будинків і споруд та прибудинкових територій відповідно до чинного законодавства; – забезпечення визначення фактичних тарифів на послуги з утримання будинків і споруд та прибудинкових територій відповідно до чинного законодавства; – забезпечення прозорості проведення аудиту та контролю діяльності житлово-комунального підприємства шляхом подання повної та всебічної інформації про діяльність підприємства (проведені роботи, стан житлового фонду тощо); – формування звітів про собівартість утримання окремого будинку та житлового фонду загалом; – надання оперативної інформації про стан житлового фонду за будь-який період.
«Наше ОСББ»	Розроблена ПП «Укрспецінформ» на базі програми «1С. Бухгалтерія». Основні функціональні можливості програми «Наше ОСББ»: – облік будівель на позабалансовому обліку; – облік співвласників; – ведення паспортного обліку з видачею відповідних довідок; – робота з інформацією по особових рахунках (рахунках співвласників); розрахунок, нарахування та оплата за отриманими житлово-комунальними послугами; – розрахунок пільг і субсидій; – облік оплат по особових рахунках через банк або касу; – автоматизація роботи з боржниками (формування оголошень про погашення боргу, роздруківок, підготовка пакета документів для розстрочення боргу, звернення до суду); – формування повного набору необхідних звітів по особових рахунках співвласників, отриманих послугах, про стан заборгованостей, про отримані (надані) пільги і субсидії; – автоматизація проведення голосувань співвласників за конкретними питаннями чи проблемами тощо. Основною перевагою цієї програми є інтернет-комунікації. Так, вона дає мешканцям можливість двостороннього діалогу з керівництвом (звернутися з проблемами, спрямувати заявку на виконання робіт, скарги на неякісне надання житлово-комунальних послуг), у зручний для кожного час отримати інформацію про стан справ не лише зі сплатою внесків, але й з плануванням витрачання отриманих коштів тощо. Використання такої програми декількома ОСББ дасть змогу створити єдиний інформаційний ресурс житлово-комунального господарства міста.

цілісності будівельних конструкцій, управління прилеглою територією, димовидалення й оповіщення про пожежу, пожежогасіння, контролю доступу та охоронної сигналізації, контролю за станом каналізації і водостоків, пошкодження покрівлі та підвалів, проривів води в квартирах тощо.

З метою оптимізації роботи бухгалтерської служби ОСББ керуючої компанії та ЖЕКу раціонально скористатися автоматизованою програмою ведення обліку, складання звітності та проведення контролю.

У практиці ОСББ найчастіше ведуть облік в програмі Excel або використовують програму «1С. Бухгалтерія». Це програмне забезпечення є ніяк не досконалим, оскільки програма Excel не дає змогу забезпечити оперативність, виконати деталізацію рахунків, знизити ймовірність помилки з боку виконавця, а ліцензійне програмне забезпечення «1С. Бухгалтерія» має високу вартість, але аж ніяк не дає можливості жителям вільного доступу до свого рахунку.

Зараз існує достатня кількість програмних продуктів, які використовують ОСББ з метою ведення бухгалтерського обліку. Функціональні можливості окремих програмних продуктів наведені в табл. 1.

Одним з головних напрямів автоматизації діяльності ОСББ протягом найближчого періоду часу може стати використання інформаційних сервісів, що використовують «хмарні» технології. Вважаємо, що перехід до використання «хмарних» інформаційних сервісів буде відбуватися досить важко внаслідок низького рівня готовності багатьох ОСББ до автоматизації, але сьогодні в Україні вже є і працюють такі інформаційні сервіси. Прикладом може бути «Сервіс ОСББ-online» для «просунутих». Цей програмний продукт викликає повагу, оскільки програмісти, щоб написати максимально зручну та ефективну програму для управління ОСББ, створили на сайті Форум ОСББ, де голови обговорюють нагальні питання та проблемні ситуації в обліку, звітності та взагалі все. Щомісячна вартість послуг визначається з в розрахунку 50 коп. з особового рахунку (ведення нарахувань членських внесків тощо, але в сумі не менше 15 грн./місяць з усього будинку); 15 грн. з будинку (ведення обліку витрат). Перелік функцій такий:

- виконання щомісячних нарахувань; робота з приладами обліку;
- формування квитанцій на сплату внесків; реєстрація показів лічильників через SMS;
- автоматизація зарахування проплати на основі даних з банку;
- формування податкової, фінансової та статистичної звітності;
- щоденне резервне архівування бази даних Вашого будинку.

Окремо нараховується масове інформування мешканців за допомогою SMS (4 коп./повідомлення).

Ми пропонуємо для підвищення ефективності роботи бухгалтерської служби ОСББ, управляючої компанії і ЖЕКу використовувати автоматизовану програму ведення обліку, складання звітності та проведення контролю, яка повинна мати низку функціональних можливостей, що дасть змогу вести облік обліку будівель і споруд, що знаходяться на балансі або в управлінні організації; облік споживачів послуг; розрахунок, нарахування та оплати за наданими послугами ЖКГ; розрахунок пільг і субсидій; автоматизувати роботу з боржниками; формувати повний набір необхідних звітів по особових рахунках, наданих послугах, про стан взаєморозрахунків, про надані пільги та субсидії тощо.

Основною перевагою нової програми є інтернет-комунікації, а саме можливість двостороннього діалогу з керівництвом ОСББ. Використання такої програми декількома ОСББ дасть змогу створити єдиний інформаційний ресурс житлово-комунального господарства міста.

Висновки з проведеного дослідження. Отже, нині серед найважливіших напрямів процесу реформування житлово-комунального господарства є автоматизація процесів управління діяльності ОБББ, що дає змогу створити умови для підвищення ефективного обслуговування багатоквартирного будинку з використанням принципів системності, комплексності, прозорості, партнерства, доступності. Враховуючи стрімкий розвиток сфери інформаційного забезпечення діяльності організацій, перспективним вважаємо формування «електронного ОСББ», що є проблемним полем подальших наукових досліджень у сфері управління житлово-комунальним господарством.

1. Гура І.О. Облік видів економічної діяльності : [навч. посіб.] / І.О. Гура. – К. : Знання, 2004. – 541 с. – (Вища освіта ХХІ століття) ISBN 966-8148-62-2.
2. Сучасні форми господарювання у житлово-комунальній сфері міста : [монографія] / [М.Д. Андрійчук, І.В. Заблудська, І.М. Салуквадзе]. – Луганськ : Ноулідж, 2011. – 191 с.
3. Основи житлової економіки : [навчальний посібник] / [В.І. Кравченко, К.В. Паливода, В.А. Поляченко]. – К. : Основа, 2007. – 416 с.
4. Руденко В.А. Управління житловим фондом : [навч. посібник] / В.А. Руденко. – К. : Гнозис, 2008. – 174 с.
5. Гаврилов С.А. Система «Экотел» – всевидящий глаз комплексной автоматизированной системы ЖКХ / С.А. Гаврилов, Е.К. Жданович // Жилищное и коммунальное хозяйство. – 2008. – Вып. 10. – С. 27–31.
6. Ексаев А.Р. Эффективность информатизации муниципальных инженерных коммуникаций / А.Р. Ексаев // Жилищное и коммунальное хозяйство. – 2009. – Вып. 3. – С. 20–24.
7. Кошелев С.В. Информационная система горводоканала / С.В. Кошелев // Жилищное и коммунальное хозяйство. – 2009. – Вып. 12. – С. 40–44.
8. Інформаційне та програмне забезпечення САПР : тези доповіді конф. (15–18 жовтня 2003 року). – К., 2007. – С. 155–157.
9. Офіційний сайт підприємства «СОФТПРОЕКТ» [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://softproject.com.ua>.
10. Офіційний сайт фірми ТОВ «Електон Лтд» [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.nbu.gov.ua>.

УДК 330.101

Шедяков В.Е.

доктор социологических наук, кандидат экономических наук,
доцент, независимый исследователь

АКЦЕНТИРОВАНИЕ ИНТЕЛЛЕКТООЁМКОГО ТВОРЧЕСТВА – УСЛОВИЕ ФОРМИРОВАНИЯ ЭКОНОМИКИ, ОСНОВАННОЙ НА ЗНАНИЯХ

Среди направлений творческой активности акцент сделан на исследовании труда и управления как общественно наиболее значимых. Интеллектоёмкое творчество рассматривается как предпосылка и фактор в становлении экономики, основанной на знаниях. В частности, успех рефлексивной модернизации связывается как с созданием стимулирующей желательные подвижки общественной среды, так и с культивированием решающих звеньев будущего общества – научно-образовательно-производственных кластеров. Рассматривается взаимосвязь профессионализма и добровольческой активности, творчества и народного контроля, а также изучаются социальные основания и материально-техническая база развития и реализации творческой способности в трудовой и управленческой деятельности человека. Освещается значение социально-ценностных структур в социокультурном капитале.

Ключевые слова: творчество, интеллектоёмкость, труд, самоуправление, рефлексивная модернизация.

АКЦЕНТУВАННЯ ІНТЕЛЕКТООЇМНОЇ ТВОРЧОСТІ – УМОВА ФОРМУВАННЯ ЕКОНОМІКИ, ЗАСНОВАНОЇ НА ЗНАННЯХ

Шедяков В.Є.

Серед напрямів творчої активності акцент зроблений на дослідженні праці та управління як суспільно найбільш значущих. Інтелектоємна творчість розглядається як передумова і фактор у становленні економіки, заснованої на знаннях. Зокрема, успіх рефлексивної модернізації зв'язується як зі створенням стимулюючого бажання зрушення суспільного середовища, так і з культивуванням вирішальних ланок майбутнього суспільства – науково-освітньо-виробничих кластерів. Розглядається взаємозв'язок професіоналізму і добровільної активності, творчості і народного контролю, а також вивчаються соціальні підстави і матеріально-технічна база розвитку і реалізації творчої здібності у трудовій та управлінській діяльності людини. Висвітлюється значення соціально-ціннісних структур у соціокультурному капіталі.

Ключові слова: творчість, інтелектоємність, праця, самоуправління, рефлексивна модернізація.

ACCENTUATION OF INTELLECT-CAPACITY CREATIVITY IS THE CONDITION OF FORMATION OF THE ECONOMY BASED ON KNOWLEDGE

Shedyakov V.

Among the areas of creative activity, emphasis is placed on the study of labour and management as socially most significant ones. Intellect-intensive creativity is seen as a prerequisite and a factor in the formation of a knowledge-based economy. In particular, the success of reflexive modernization is associated both with the creation of social environment for stimulating the desired changes, and with the cultivation of the decisive links of the society's future – scientific-educational-production clusters. The interrelation between professionalism and volunteer activity, creativity and people's control is considered. Social foundations and material-technical infrastructure development and the realizing of creative ability in the labour and the managerial activities of human are studied. Importance of social-value structures in sociocultural capital is lit.

Keywords: creativity, Intellect-capacity, work, self-management, reflexive modernization.

«Необходимое условие счастья человека есть не праздность, а труд»
(Л. Толстой)

Постановка проблемы. На фоне кардинальности постглобализационных трансформаций на макроэкономическом уровне процессы конкуренции и партнёрства, в тенденциях микроэкономики повышение значения стимулирования использования одарённости работника выносят на первый план обеспечение конкурентоспособности интеллектуальность хозяйствования. Вместе с тем именно ухудшение не только состояния экономики, но и динамики её изменений сопряжено с ухудшением качества инвестиционной направленности, например, акцентированием вложений в морально уста-

ревшие циклы, предприятия низкого технологического уклада. Соответственно, это повышает зависимость экономики от внешних процессов, обескровливает и ослабляет хозяйственный потенциал культурно-цивилизационного мира. Напротив, обеспечение приоритетности научно-образовательно-производственных кластеров в состоянии не только дать толчок развитию экономики, но и способствовать росту независимости и субъектности на мировой арене.

Анализ последних исследований и публикаций. В материале использованы концептуальные подходы

к анализу процесса творчества у В. Барулина, Л. Беловусова, В. Библера, А. Бутенко, И. Буяна, Г. Гиргинова, Ю. Давыдова, Р. Додонова, В. Ельмеева, О. Загороднего, Э. Ильенкова, А. Коршунова, Р. Косолапова, Т. Куна, А. Любичева, Б. Межуева, Н. Мотрошиловой, Я. Пономарёва, Е. Режабека, Г. Селье, Л. Сохань, А. Спирина, В. Толстых, В. Томашкевича, Ж. Тощенко, В. Тугаринова, А. Уледова, А. Чухно, В. Шаповалова, В. Шинкарука, существо творческого процесса выразили Д. Гранин, В. Тендряков, Ю. Трифонов и др. Научно-методологические и номенклатурно-терминологические традиции контекстного изучения социального ценностно-смыслового пространства творчества созданы исследованиями таких авторов, как Т. Кампанелла, Л. Архангельский, Н. Балтачьева, Л. Беляева, С. Богдан, И. Борзихина, Б. Додонов, О. Дробницкий, А. Здравомыслов, Д. Калаич, В. Ковалёв, Е. Лукьянчук, О. Лушников, Э. Розенталь, В. Сагатовский, Ю. Тихомиров, Н. Федотова, Г. Фрайер, Э. Фромм, В. Шановский, В. Шилов, Р. Щукина.

Постановка задания. Соответственно, задача статьи заключается в подведении итогов исследования кросс-культурных и особенных характеристик творчества в переходный к обществу знаний период с выделением двух критично важных для состояния и динамики рефлексивной модернизации направлений: творчества в труде и управлении.

Изложение основного материала исследования. Творчество как раскрытие сущностных сил человека и двигатель исторического прогресса наиболее выпукло проявляло себя в труде и управлении/самоуправлении [1–3]. Одновременно проходило формообразование индивидуализации – социализации/аккультурации, порождая новые тенденции в нормативно допустимом и оптимальном в общественных связях и личностной самореализации. Общественное восприятие творчества закрепляется в ценностной оценке, находя взаимотражение в поведенческой экономике. Трудовое начало общественной жизни проявляется в аспектах как стоимостно-праксеологических, так и ценностно-аксиологических. А всеобщность общественных отношений капитала обеспечивает распространённость капитализированной формы богатства, которое и выступает, в частности, капиталом реальным, социокультурным и т. д., проявляясь в процессах очеловечивания-овещнения в общественной жизни и функции личности в социальной структуре. На пересечениях определяющих осей антропосоциогенеза сформированы представления о трёх взаимообуславливающих ипостасях культуры: Истине, Добре и Красоте. Человек приходит, чтобы воплотиться с той полнотой, с какой сможет в существующих обстоятельствах на уровнях: животном (поесть, попить, дать потомство и т. п.), социальном (занять и использовать более высокую позицию в социуме), творческом (в создании, в частности духовно-смысловом). Соотношение собственно человеческого, святого и звериного начал в отдельном индивиде и в общественном бытии всякого культурно-цивилизационного мира различно. В этом контексте потребитель – «экономическое животное» (Д. Калаич). Противоречие родовых сил развёртывается в социальные конфликты, вызывая варианты сублимации. Если внутренняя характеристика сил – их рационально-эмоциональная определённости, то внешняя – единство вещественного содержания, форм вещественных и общественных. Вектор подвижности этого баланса

формирует разные приоритеты при создании: как в божественном уподоблении при продуцировании/творчестве смыслов, так и животном при биологическом репродукции/размножении. Звериное начало искушают сущностью, человеческое – справедливостью в обеспечении реализации идеалов свободы, равенства и братства. И путь социально-экономических реформ – направление укрепления собственно человеческого начала в обществе, соответственно, очеловечивания общественной жизни, гуманизации социально-экономических отношений.

Вместе с тем творческая природа труда является преимущественно на сущностном уровне, параметры же конкретной деятельности могут настолько кардинально отличаться от индивидуальной одарённости, что творчество представляется «не-трудом», ищется в игре, учении, формируя нормативность восприятия хобби и досуга [4–6]. Ранее человек, как правило, реализовывался в строгих рамках предопределённой рождением жизненной дороги, сегодня же в социальном масштабе свобода выбора в продуцировании смыслов сменила прежнюю свободу от выбора с низведением к животному-вещной репродукции. Одновременно духовное творчество как неотъемлемая определённости духовного производства оказывается крайне чутким к отчуждающим человеческую личность факторам. Вместе с тем растёт заинтересованность в паразитировании именно на духовной (в частности, интеллектуальной) одарённости, сдвигая акценты в процессах отчуждения. При этом ход истории, с одной стороны, при помощи волн механизации, автоматизации, роботизации и т. д., вынося энергетические и мускульные функции за пределы человеческой активности, а с другой стороны, гуманизируя характер социально-экономических отношений в обществе, превратил наиболее полное общественно полезное развитие и использование индивидуальной одарённости каждого в одно из решающих конкурентных преимуществ. Создаются социальные основания и материально-техническая база для акцентирования именно творческой способности в профессиональной деятельности человека. Средства производства включают прошлый труд многих участников производства, и уже самым отношением к средствам производства закладывается социальная характеристика трудовых отношений. Постмодерн наследует и использует эту социальность: мало видеть в человеке носителя рабочей силы, нужно обеспечить развитие личности, потому что наиболее эффективным производственным фактором становится одухотворённое творчество человека. Отныне производственные отношения все больше ориентируют на решение проблем на основании развития способностей и знаний. Производственные роли формируются в процессе труда, где присутствует широкий диапазон нерутинных заданий и нет постоянства процедур. Определяющее место в отношениях принадлежит большим и динамичным ролевым сетям, где характер, длина и место выявления ролей переменчивы, а степень взаимодействия высока. Разумеется, при «стабильной нестабильности» для правильного поведения в нестандартных случаях, а также во время должностных ротаций и освоения техники реактуализируется потребность в «избыточных» знаниях и опыте. В этой ситуации именно консервирование замшелых моделей трудовых и управленческих отношений, преграды в зарождении и распространении их новых форм и способствуют упадку производства.

Вместе с тем поскольку сложный труд в условиях структурирования хозяйствования экономикой знаний имеет потенциал развёртывания от прежнего, общественно-случайного, в конкретно-всеобщее положение, то имманентные ему структуры стимулирования не просто выходят на передний план, а тоже могут претендовать на уровень конкретно-всеобщих, ориентируя на адекватные изменения в материально-технической базе и социально-политических отношениях. Одновременно место общественной предрасположенности к отчуждённому канону и индивидуального порыва к творчеству заняла общественная потребность в творчестве, дополняемая индивидуальной склонностью к бегству от сложностей свободы. Так, творчество становится не только идеально всеобщим, но и реально всеобщим процессом. Сознательное же использование предоставляемых периодом форсированных изменений парадигмального уровня возможностей при минимизации негативных рисков и локализации нежелательных последствий предполагает вычленение тенденций, характеризующих черты прошлого, настоящего и будущего, а также целенаправленное ресурсно-методологическое обеспечение приоритета ключевых для жизнедеятельности и развития направлений. В частности, концентрацию инвестиций на создании благотворной для результатов среды (прежде всего, путём повышения жизненных стандартов населения во всех сферах жизни) и формировании «точек роста», которыми сейчас становятся научно-образовательно-производственные кластеры и их мозговые центры, которыми становятся и исследовательские университеты. Между тем в экономике с нерациональной структурой и недееспособным хозяйственным механизмом любые внешние инъекции бесполезны и даже вредны, поскольку работают на упрочение существующих тенденций. Впрочем, формирование структуры инвестиций более передовой, нежели имеющаяся структура экономики (в частности, преимущественное направление капиталовложений в предприятия более высоких технологических укладов), выступает важным фактором устойчивости развития.

Под влиянием уровня разделения труда включённость духовного творчества (прежде всего, научно-интеллектуального и художественно-образного) в процесс существующего общественного производства приобретает черты доминирования анализа/синтеза, соотношения универсальности/функциональности. Состояние и динамика социокультурных полей продуцируют формы переплетений теоретического и повседневного уровней индивидуального и общественного сознания, взаимосвязей общественной психологии и общественной идеологии. При этом аккумуляция/социализация формирует две альтернативные стратегии: борьбы либо за свою цивилизацию, либо за себя (с присоединением к ценностям и смыслам более успешной в данный период).

Вместе с тем в этой сфере сформированы и основы для комплекса противоречий экономической жизни. Так, появились признаки неуклонной борьбы за наполнение корзины прав и свобод человека (что в немалой степени обеспечивалось конкурированием общественных систем, необходимостью для каждой из них своими способами демонстрировать состоятельность и обеспечивать привлекательность). Однако в начале нового тысячелетия всё громче звучат голоса в пользу акцентирования экономности государства, пытаются осуществить свёртывание социальных программ, сокращение государ-

ственного сектора и гарантий, рост коммунальных тарифов, отход от бесплатности общественных благ (здравоохранение, образование), повышение планки выхода на пенсию, приватизацию источников общенародной ренты (например, залежей недр) и проч. В то же время общественная безопасность и долговременная конкурентоспособность требуют преодоления опасной социальной поляризации и усиления трудовой доминанты материальной дифференциации и социального престижа.

Изменения в содержании и формах процесса труда требуют максимального использования творческого потенциала персонала в организационно-управленческом совершенствовании, что, в частности, отражается концепциями социального партнерства и производственной демократии, дополняясь разнообразным добровольчеством [7–10]. На передний план обеспечения конкурентных преимуществ выходят процессы, которые жёстко не детерминируются принципиально. Ими нельзя управлять вообще. Или регуляция ограничена диапазоном рефлексивного управления. Потому обеспечение укоренённости изменений достигается созданием новых, открывающих простор развитию форм сложившихся традиций при опоре на тенденции общецивилизационные, трансформацию и учёт существующей институциональной памяти народа. И децентрация управления как соответствующая процессам диффузии знаний, умений и навыков повышает устойчивость не только системы управления, но и всей общественной целостности, вызывая активизацию иммунных сил социально-экономического организма. При переходе к реализации вариантов модели «ризомы» характерно наложение черт постиндустриальности, постглобальности и в целом постсовременности именно потому, что позволяет и расширить диапазон вовлекаемых ресурсов эндогенного социально-экономического развития, наращивать преимущества и успешно предотвращать, локализовать и ликвидировать угрозы, готовя к самым разнообразным проявлениям общественной жизни.

Вместе с тем если многие из ресурсных баз прошлого или в значительной мере исчерпаны, или лишились ведущего статуса, или имеют такие организационно и управленческие, которые выходят на авансцену хозяйственных контактов, то развитие демократии/народовластия и кардинальное усложнение материально-технической базы производства общественной жизни требуют адекватного изменения всего социального пространства социума, всей общественной среды ойкумены. Никакая (властвующая или оппонирующая и идущая к власти) элита сегодня не в состоянии выступать обособленной группой демиургов-правителей, обособленно принимающих общественно важные решения. Напротив, требуется максимальное задействование всего творческого потенциала людей и природы народного контроля. Рост роли творческой активности для общества неминуемо расширяет круг участвующих в принятии решений, размывая деление на управляющих и управляемых и усиливая потенциал рефлексивности решений, в частности, при повышении значения бесструктурного контроля за общественно важными процессами. Отсюда, в частности, вытекает усиление тенденции к реализации функций «добровольчества», появлению разнообразных «активистов». Добровольная деятельность как социальное явление отражает элементы кросс-культурные и специфические. Динамика добровольной деятельности характеризуется неравно-

мерностью, разнонаправленностью, сменой акцентов и баланса возможностей/рисков в череде общественных Сверхпроектов, проецирующих свою силу на жизнедеятельность каждого. Одновременно создаются условия и для маскировки под неё разнообразных корыстных интересов. Само наличие общественной среды квазидемократических социально-политических образований, с одной стороны, позволяет их правящим и оппозиционным элитам за внешними формам скрывать совершенно отличное от усреднённых шаблонов содержание, а с другой стороны, делает их уязвимыми к воздействиям под лозунгами реализации декларируемых ценностей.

Осуществление рефлексии в себя и рефлексии в иное сопряжено с повышением глубины и диапазона знания как предпосылки эффективного воздействия. Реализация инобытия – это и взаимоадаптация, причем не только функциональная, но и сущностная. Природа рефлексивной модернизации экономики требует внимания и учёта качеств не только объективной, но и субъективной составляющих исторического процесса, в частности, деятельных участников и колеблющихся, актива и пассива происходящего, союзников и противников, их структурной и функциональной определённости. Тем самым оптимальное развитие социально-политических процессов предполагает вызревание как самой общественной среды, так и кластеров будущего как звеньев цепи, потянув за которые, можно изменить положение всей цепи общественного организма. Вместе с тем подчас инверсионные явления неклассической трансформации позволяют более полно использовать имеющиеся превращённые (преобразованные) социально-экономические формы в процессе рефлексивного управления. Обилие управляемых процессов приводит как к необходимости их иерархической организации (то есть к воссозданию подхода иерархичности структур наряду с построением сетевым, матричным и проч.), так и развитию бесструктурного управления.

В частности, период жизненных исканий и социального осмысления делает естественным творческий поиск молодёжи, что усиливает значение молодёжной политики в ракурсе развёртывания разумной инициативы и творчества масс, обучения их сознательному участию в управлении. При этом трансформация качества социальности фиксируется межпоколенческими различиями. Проявляется тонкая грань: с одной стороны, свобода человека (в том числе, возможности отличаться от прочих) – фундаментальная ценность общества, дополнительная ресурсная база развития; с другой стороны, свобода самовыражения заканчивается там, где появляются элементы посягательства на свободу другого; обеспечение же сохранности нравственно-духовных устоев общества выступает важной составляющей частью безопасности общества. И новые модели управленческих композиций должны учитывать наличие этих аспектов.

Крайне важно видеть в имеющихся противоположностях начало длинной и сложной трансформации Украины в контексте глубоких общемировых изменений. Их анализ крайне осложнён из-за недостатка, фрагментарности и часто просто отсутствия надлежащего эмпирического материала, но он является чрезвычайно важным для выработки верных стратегических решений. Условия «стабильной нестабильности», кардинально повышают требования к свободе и ответственности людей и усиливают влияние народных традиций

и институциональной памяти, отечественного опыта и мирового культурного наследия. Состояние и вектор динамики социокультурных полей должны при этом расцениваться населением как справедливые, открывающие возможности для творческого самораскрытия человека. Вместе с тем отторжение реальности как несправедливой вызывает и концентрацию интересов в мире виртуальном, и безразличие к окружающему. Соответственно, контртрадиционная (то есть рассудочно сконструированная) система морали на деле становится возвратом к технотронному варварству с господством права сильного, апологией инстинктов и расчеловечиванием общественной жизни. Постмодерные же подходы к рефлексивному управлению вообще не перечеркивают, а актуализируют потенциал модерна. Но вместе с этим они открывают и новые возможности, связанные с более активным использованием традиций и обычаев, коллективных отношений и взаимодействий, неформальных коммуникаций и социальных сетей, с синтезом элементов управляемости, самоуправляемости и неуправляемости.

Социально-ценностный аспект стимулирования необходимых социальных трансформаций и человеческих поступков является одним из наиболее значимых по своим последствиям и обеспечению итоговой комплексности в социокультурном капитале общества. Соответственно, наиболее продуктивным становится регулирование на основе ценностно-смысловых комплексов. При этом, с одной стороны, рост значимости образования, науки и культуры среди ценностных иерархий влечёт за собой ускорение общественного развития, а подъём общества приводит к повышению ценности образования; с другой стороны, увеличение структурирующего международные хозяйственные отношения влияния формирования экономики знания само по себе усиливает потребность в интеллектуальной деятельности и регулярном обновлении научно-методологической базы. Научно-образовательный комплекс сегодня – неотъемлемая часть как успешного научно-образовательно-промышленного цикла, так и механизма социально-экономического развития. С одной стороны, научно-образовательный комплекс обязан предоставлять качественные услуги по своему профилю, воспитывая (именно образовывая, формируя) человека не только как носителя товара «рабочая сила», но и как личность, готовую к встрече с задачами информационной эры, вызовами (пост)современного уровня. С другой стороны, для этого необходимо опираться на широкое привлечение заинтересованных в результатах подготовки представителей различных слоев гражданского общества (в первую очередь, работодателей). Таким образом, формируются задачи внутренней (связанной, прежде всего, с менеджментом качества науки и образования, управлением знаниями) и внешней (в частности, в направлениях PR и GR, отношениях с обществом и властью) стратегии развития научно-образовательного комплекса. Причем, с одной стороны, без глубинных преобразований социально-экономической среды сегодня невозможно добиться заинтересованного массового притока работников интеллектоёмкого направления деятельности, напрямую влияющих на результаты хозяйствования отечественных субъектов; с другой стороны, без объединения усилий всех секторов хозяйства (государственного, частного бизнеса, неприбыльных негосударственных организаций) и, прежде всего, формирования социально ответственного бизнеса создать

эффективный механизм привлечения инвестиций, системного обновления научно-образовательного потенциала и внедрения в практику научных инноваций утопично. Так, и отечественный опыт, и анализ внешних относительно нашей страны тенденций убеждают в необходимости приоритетного развития собственных производительных сил и системы управления. В частности, и научно-образовательного обеспечения как рефлексивной модернизации инверсионно-неклассического типа, так и изменения места страны в международном сотрудничестве. В этих условиях для успешного достижения целей рефлексивной модернизации необходимо и оправданно привлекать ресурсные базы как модернизации (домодернизации неомодерна), так и (пост)модернизации.

Соответственно, (пост)современное видение государства всеобщего благосостояния предполагает не скопление «бесплодного класса» и его obsługi, а активную поддержку творчества (прежде всего, интеллектуального и духовного) с реализацией приоритета человека, его прав и свобод; социальной справедливости, то есть социального равенства людей в правах и возможностях; солидарности, понимаемой как выражение общности человечества и сочувствия к жертвам несправедливости. Так, общее процветание сегодня связывается с ценностно-смысловыми комплексами не праздности и потребительства, а созидания и творческого поиска, социально-экономической реализацией совокупной одарённости личности и персонализацией деятельности. Многообразие же конкретных условий фиксируется в рефлексивных разноуровневых управленческих композициях. Заметно меняя трудовые и управленческие возможности тружеников, общественные трансформации вовсе не отменяют требований структуризации деятельности, предоставления полномочий, однако значительно влияют на статус работника, социальные роли, самооценку. Благодаря их использованию рефлексивное управление следует от жёсткости к мягкости, от массовости к компактности, от технотерминированности к выбору технологий, от организационной определённости к размытости и подвижности. Гуманизированные трудовые и организационно-управленческие технологии рефлексивной постсовременной модернизации из-за того

не могут быть социально нейтральными, что уже на стадии проектирования в них закладывается сознательная ориентация на развитие и обогащение культуры.

Выводы из проведённого исследования. Продуктивность общества знаний формируется вокруг творческих возможностей и интеллектуального потенциала человека, их организации и использования. В период проведения рефлексивной модернизации в направлении создания экономики знаний растёт потенциал разноректорного влияния на общественный прогресс: ценностно-смысловой, социально-экономический, технико-технологический со стороны многоуровневого управления. Как для гармоничного развития, так и для экономического суверенитета важны и создание благотворной для желательных перемен общественной среды, и поддержка потенциально высококонкурентных научно-образовательно-производственных кластеров.

Для новой модернизации необходимы опережающее развитие отраслей и производств передовых технологических укладов, переброс средств в интеллектоёмкие сферы, введение регуляторов ресурсосбережения и снижения цен (через налоговые льготы, кредитные рычаги), снижение техногенной нагрузки на окружающую среду и самого человека, расширение разъяснительной работы по привлечению к созидательной деятельности, условия выявления в творчестве общественно полезных задатков каждого (в том числе, восстановление и реализация конституционных норм по обеспечению государством права на достойное здравоохранение, образование, жилище, оплату труда и пенсию – словом, качества жизни) с приоритетом их государственного финансирования.

Вместе с тем лишь некоторые существующие научно-промышленные комплексы вырастят свои научно-образовательно-производственные кластеры передового уровня; большинство может быть санировано лишь в отдельных линиях и узлах, но не в целом.

Повышение эффективности дальнейших научных разведок в этой сфере можно ожидать при заблаговременном исследовании направлений оптимизации использования человеческого фактора воспроизводства.

1. Коришонов А. Творчество и отражение в историческом познании / А. Коришонов, В. Шаповалов. – М. : Изд-во Моск. ун-та, 1984. – 191 с.
2. Ватин И. Исторический процесс как становление человеческой индивидуальности / И. Ватин, Ю. Тищенко // Проблема человека в «Экономических рукописях 1857–1859 годов» К. Маркса / под ред. Е. Режабека и др. – Ростов-на-Дону : Изд-во Ростовского ун-та, 1977. – С. 84–115.
3. Шедяков В. Розвиток наукової рефлексії в умовах поширення Інтернет-простору / В. Шедяков // Соціальна психологія. – 2012. – № 3 (53). – С. 21–32.
4. Рокар М. Трудиться с душой / М. Рокар. – М. : Международные отношения, 1990. – 344 с.
5. Braverman H. Labor and Monopoly Capital: The Degradation of Work in the Twentieth Century / H. Braverman. – NY. : Monthly Review Press, 1974. – 339 p.
6. Burawoy M. The Politics of Production: Factory Regimes Under Capitalism and Socialism / M. Burawoy. – London : Verso, 1985. – 270 p.
7. Новий формат стратегії і тактики соціально-економічного розвитку України: людина, громада, держава / [І. Бондар, М. Чечетов, І. Жадан, С. Дідур та ін.]. – К. : Корпорація, 2005. – 383 с.
8. Лепа Р. Рефлексия принятия решений в экономике / Р. Лепа // Вестник УрФУ. Сер.: Экономика и управление. – 2014. – № 3. – С. 4–12.
9. Шедяков В. Рефлексивная постсовременная модернизация и рефлексия постсовременной модернизации / В. Шедяков // ВУЗ. ХХІ век. – 2012. – № 2. – С. 50–73.
10. Шедяков В. Можливості рефлексивної модернізації соціальної організації трудових відносин в Україні / В. Шедяков // Соціальна психологія. – 2009. – № 6 (38). – С. 69–78.

УДК 338.242:677.001.76

Янковець Т.М.

кандидат економічних наук,
доцент кафедри підприємництва та бізнесу,
Київський національний університет технологій та дизайну

УПРАВЛІННЯ ЕФЕКТИВНІСТЮ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ З ВИРОБНИЦТВА ОДЯГУ В СУЧАСНИХ УМОВАХ

У статті досліджено вплив операційних процесів підприємств з виробництва одягу на операційну систему та підвищення ефективності операційної діяльності як найбільш вагомого виду підприємницької діяльності промислового підприємства, а також обґрунтовано залежність ефективності підприємницької діяльності від якісного управління. Виділено етапи здійснення операційної діяльності на промисловому підприємстві з виробництва одягу, а саме постачання, виробництво і збут. Наголошено на тому, що перші два етапи здійснення операційної діяльності пов'язані виключно з формуванням витрат, третій етап пов'язаний переважно з формуванням доходів та частково з формуванням витрат, а це зумовлює можливість застосування сучасної концепції внутрішньофірмового управління окремими напрямками операційної діяльності підприємства за центрами відповідальності. Також рекомендовано менеджменту підприємства застосовувати одну з поширених сьогодні концепцій управління у світі: стратегічне ринкове управління; вартісно-орієнтоване управління; концепцію оцінювання виробництва; управління проектами. Виділено суттєві елементи, що об'єднують дані концепції управління.

Ключові слова: підприємницька діяльність, управління, концепції управління, ефективність, операційні процеси, операційна діяльність, підвищення ефективності.

УПРАВЛЕНИЕ ЭФФЕКТИВНОСТЬЮ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ ПО ПРОИЗВОДСТВУ ОДЕЖДЫ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ

Янковец Т.Н.

В статье исследовано влияние операционных процессов предприятий по производству одежды на операционную систему и повышение эффективности операционной деятельности как наиболее весомого вида предпринимательской деятельности промышленного предприятия, а также обоснована зависимость эффективности предпринимательской деятельности от качественного управления. Выделены этапы осуществления операционной деятельности на промышленном предприятии по производству одежды, а именно снабжение, производство и сбыт. Сделан акцент на том, что первые два этапа осуществления операционной деятельности связаны исключительно с формированием затрат, третий этап связан в основном с формированием доходов и частично с формированием затрат, а это предопределяет возможность применения современной концепции внутрифирменного управления отдельными направлениями операционной деятельности предприятия по центрам ответственности. Также рекомендуется менеджменту предприятия применять одну из наиболее распространенных сегодня концепций управления в мире: стратегическое рыночное управление; стоимостно-ориентированное управление; концепцию бережливого производства; управление проектами. Выделены существенные элементы, объединяющие данные концепции управления.

Ключевые слова: предпринимательская деятельность, управление, концепции управления, эффективность, операционные процессы, операционная деятельность, повышение эффективности.

MANAGING EFFICIENCY OF ENTERPRISE ACTIVITY OF CLOTHING ENTERPRISES IN MODERN CONDITIONS

Iankovets T.

In the article influence of clothing production enterprises' operational processes on the operating system and increase the efficiency of operational activity as the most important type of industrial enterprises' entrepreneurial activity has been investigated. The dependence of the effectiveness of entrepreneurial activity from management quality has been grounded. The stages of the operational activity of the clothing production enterprise have been allocated, namely: supply, production and sales. It is stressed that the first two stages of the operational activity are related exclusively to the formation of costs, the third stage is mainly related to the formation of income and, in part, the formation of costs. This leads to the possibility of applying the modern concept of intra-firm management of individual areas of operational activity of the enterprise by the centers of responsibility. It is also that enterprise management use one of the most common management concepts in the world today has been recommended: strategic market management; value-oriented management; the concept of lean manufacturing; project management. Significant elements that unite the data of the management concept have been highlighted.

Keywords: entrepreneurial activity, management, management concepts, efficiency, operational processes, operational activity, increase of efficiency.

Постановка проблеми. В сучасних умовах несприятливої економічної ситуації підвищення ефективності діяльності вітчизняних підприємств з виробництва одягу перш за все залежить від якісного управління. Найбільш успішно в бізнесі функціонують підприємства, топ-менеджмент яких застосовує наукові підходи та орієнтований на використання світового досвіду в управлінні.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питання управління підприємницькою діяльністю та її ефективністю досліджували багато закордонних та вітчизняних вчених, зокрема Д. Аакер, Л. фон Бергланфі, П. Друкер, М. Хаммер, Дж. Чампі, І. Блауберг, І. Грищенко, В. Захаров, П. Мамонов, Н. Метеленко, Л. Рибаківа, Б. Холод, О. Шевлюга. Незважаючи на наявність значної кількості наукових публікацій із зазначеної тематики, невирішеними залишаються проблеми управління операційною діяльністю підприємств з виробництва одягу в сучасних умовах.

Постановка завдання. Метою дослідження є систематизація досвіду в управлінні ефективністю підприємницької діяльності підприємств, зокрема в управлінні операційною діяльністю підприємств з виробництва одягу з метою пошуку шляхів підвищення її ефективності.

Виклад основного матеріалу дослідження. Відповідно до чинного законодавства під підприємницькою діяльністю розуміють самостійну, ініціативну, систематичну, на власний ризик господарську діяльність, що здійснюється суб'єктами господарювання (підприємствами) з метою досягнення економічних і соціальних результатів та одержання прибутку [1]. В умовах ринку здійснення підприємницької діяльності ототожнюють з веденням бізнесу. Підприємницька діяльність – це фактично господарська діяльність, яка спрямована на отримання прибутку. Прибуток є власним джерелом розвитку бізнесу, тому одним з важливих завдань підприємства є пошук шляхів його підвищення. Ефективність підприємницької діяльності залежить від ефективності складових видів господарської діяльності підприємства, а саме операційної, інвестиційної, фінансової. Для підприємств з виробництва одягу саме операційна діяльність є основною, а також саме від операційної діяльності ці підприємства отримують найбільшу частку прибутку у загальному його розмірі. Тому управління операційною діяльністю з метою підвищення її ефективності є визначальним у підвищенні ефективності підприємницької діяльності загалом.

Загалом управління є діяльністю, що спрямована на координацію роботи структурних підрозділів підприємства і персоналу, забезпечення гармонійної взаємодії з елементами зовнішнього середовища для досягнення визначеної мети. Управління базується на таких принципах, як самоокупність, самофінансування, самозабезпечення, матеріальна зацікавленість, економічна відповідальність, господарська самостійність у межах чинного законодавства і контроль державних органів за його дотриманням.

Принципи управління реалізуються через функції управління. За класичним підходом А. Файоля управління відбувається за функціями планування, організації, мотивації, контролю та регулювання. Сучасні дослідники додають інші функції, але фактично вони є виокремленими з ідентифікованих та визначених

класиком. Загалом управління має комплексний характер і враховує не лише внутрішні структурні елементи організації, але й зовнішні чинники впливу на неї. Прийняття управлінських рішень повинно ґрунтуватись на знанні економічних законів, нормативної бази, відповідних принципів, методів та інструментів, що в комплексі забезпечує підвищення ефективності діяльності.

З другої половини ХХ ст. до управління підприємствами поширився науковий підхід, який отримав назву «системний підхід». Згідно з цим підходом сучасне підприємство є складною відкритою виробничо-соціально-економічною системою, яка [2; 3; 4] складається із взаємозалежних структурних підрозділів, діяльність яких впливає на кінцевий результат виробництва (внутрішнє середовище системи); взаємодіє із зовнішнім оточенням, з якого у систему надходять необхідні для виробничої діяльності ресурси виробництва (вхід) та в якому реалізуються результати виробництва (вихід) – готова продукція, роботи, послуги; здійснює діяльність, спрямовану на задоволення потреб суспільства (зовнішнього середовища системи); має властивості, притаманні складним відкритим цілеспрямованим системам, а саме здійснює певні процеси протягом життєвого циклу продукції; реагує на зміну зовнішнього оточення і самостійно забезпечує свій розвиток (володіє властивістю самоорганізації); має характерне для складних систем поєднання властивостей цілісності та відокремленості, які певним чином впливають на її функціонування та розвиток.

Однією з найбільш складних з точки зору організації у часі та просторі є операційна система підприємства, в рамках якої здійснюється реалізація операційної функції, що включає в себе дії, в результаті яких виробляються товари, надаються послуги, виконуються роботи для задоволення запитів зовнішніх стосовно підприємства споживачів [5].

На промисловому підприємстві операційна система є системою виробничої діяльності, яка складається з трьох підсистем: переробної, забезпечення, планування і контролю. Для підприємства з виробництва одягу кожна із зазначених підсистем має свої особливості.

1) Переробна підсистема забезпечує продуктивну роботу, безпосередньо пов'язану з перетворенням вхідних ресурсів у вихідні результати виробництва. Основними результатами виробничої діяльності швейного підприємства є готовий одяг. Згідно з КВЕД-2010-2016 виробництво одягу (розділ 14) включає пошиття (серійне та за індивідуальним замовленням) усіх видів одягу зі шкіри, тканин, трикотажного полотна тощо (верхнього та спіднього одягу для чоловіків, жінок і дітей; робочого, офісного одягу або повсякденного одягу тощо), аксесуарів, одягу з хутра. У розділі не вирізняють одяг для дорослих і для дітей, а також сучасний і традиційний одяг. Сировина, допоміжні матеріали, електроенергія та різні покупні напівфабрикати та вироби споживаються переробною підсистемою за допомогою використовуваної робочої сили (впливу людського фактору).

2) Підсистема забезпечення безпосередньо не пов'язана з результатами виробництва, але без неї виробництво неможливе. В умовах швейної фабрики до підсистеми забезпечення включені такі господар-

ства: ремонтно-механічне, енергетичне, складське, транспортне тощо.

3) Підсистема планування і контролю одержує від переробної підсистеми інформацію про її стан і обсяги незавершеного виробництва, обробляє отримані дані та з урахуванням впливу чинників зовнішнього і внутрішнього середовища пропонує необхідні заходи, спрямовані на підвищення ефективності роботи переробної підсистеми у майбутньому.

Ефективна діяльність операційної системи підприємства з виробництва одягу забезпечується налагодженими операційними (виробничими) процесами, які складаються із взаємопов'язаних у часі та просторі операцій, що виконуються для перетворення вхідних ресурсів у вихідні результати.

До операційних (виробничих) процесів підприємства з виробництва одягу відносяться:

- *основні* (відбувається виробництво готового одягу, що є метою діяльності підприємства (цехи – експериментальний, підготовчий, розкрійний, пошивний, цех кінцевої обробки));
- *допоміжні* (включають ті підрозділи, які забезпечують нормальне протікання основних виробничих процесів (ремонтно-механічне господарство));
- *підсобні* (складаються з ділянок, де відбувається попередня обробка допоміжних матеріалів, які використовуються переважно у виробничому процесі);
- *побічні* (призначені для виготовлення продукції з відходів основного виробництва);
- *обслуговуючі* (пов'язані з розміщенням, зберіганням та переміщенням сировини, матеріалів, напівфабрикатів на підприємстві (складське господарство, транспортне господарство)).

Ефективність операційної системи підприємства з виробництва одягу на основі злагодженої взаємодії операційних (виробничих) процесів має безпосередній вплив на ефективність операційної діяльності підприємства.

Характер операційної діяльності підприємства визначається специфікою виду економічної діяльності, до якого воно відноситься. До основних особливостей здійснення операційної діяльності промислових підприємств відносяться такі [5; 6; 7]: є головною частиною усієї господарської діяльності підприємства, основною метою його функціонування; носить пріоритетний характер по відношенню до інвестиційної, фінансової та інших видів діяльності; інтенсивність розвитку операційної діяльності є основним параметром оцінки окремих стадій життєвого циклу підприємства; господарські операції, які включаються до

складу операційної діяльності підприємства, носять найбільш регулярний характер; операційна діяльність підприємства переважно орієнтована на товарний ринок; здійснення операційної діяльності пов'язано з капіталом, вже вкладеним у неї (інвестований в операційну діяльність капітал приймає форму операційних активів підприємства); під час здійснення операційної діяльності споживається значний обсяг живої праці; операційній діяльності притаманні поряд з іншими видами й специфічні види ризиків, які об'єднанні у єдине поняття «операційний ризик».

Операційна діяльність на промисловому підприємстві з виробництва одягу здійснюється за етапами, представленими на рис. 1.

Перші два етапи здійснення операційної діяльності пов'язані виключно з формуванням витрат, третій етап пов'язаний переважно з формуванням доходів та частково з формуванням витрат. Це зумовлює можливість застосування сучасної концепції внутрішньофірмового управління окремими напрямками операційної діяльності підприємства за центрами відповідальності, яка з 50-х років XX ст. набула широкого застосування у США, а згодом і в інших країнах [8; 9].

Центр відповідальності – це організаційна одиниця системи управління, керівник якої наділений певними повноваженнями, делегованими йому вищим керівництвом, та відповідальний за досягнення планових контрольних показників та використання ресурсів, якими він розпоряджається.

Залежно від сфери впливу керівника в процесі здійснення операційної діяльності підприємства виділяють такі центри відповідальності: центр витрат, центр доходів та центр прибутку.

Центр витрат (cost centre) – центр відповідальності, менеджер якого контролює витрати і несе за них відповідальність. Керівник центру несе відповідальність лише за рівень витрат. На підприємстві з виробництва одягу до центрів витрат, наприклад, відносяться відділ постачання та виробничі цехи.

Центр доходів (revenue centre) – центр відповідальності, менеджер якого контролює доходи і несе за них відповідальність. Керівник центру несе відповідальність за максимізацію доходу (виручки) від реалізації продукції. На підприємстві з виробництва одягу до центру доходів відноситься відділ збуту.

Центр прибутку (profit centre) – центр відповідальності, менеджер якого контролює витрати і фінансові результати і несе за них відповідальність. Це відносно самостійний структурний підрозділ, що має право реалізовувати свою продукцію та розпоряджається части-

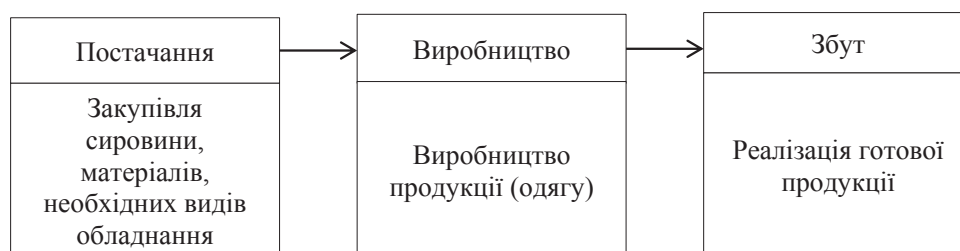


Рис. 1. Етапи здійснення операційної діяльності на підприємстві з виробництва одягу

ною доходу від її реалізації. Такі самостійні структурні підрозділи (дивізіони) виділяються за принципом «результат», при цьому капіталізація чистого прибутку (інвестиційні політика підприємства) залишається під контролем вищого керівництва.

Для підприємства з виробництва одягу на базі структурних підрозділів, які здійснюють перші два етапи операційної діяльності (рис. 1), формуються центри витрат. На базі структурних підрозділів, які здійснюють заключний етап операційної діяльності, формуються центри доходів (хоча, наприклад, відділ реклами на підприємстві або відділ вивчення попиту відносяться більше до центрів витрат). На базі структурних підрозділів, які здійснюють усі три етапи операційної діяльності, формуються центри прибутку.

Керівникам усіх центрів відповідальності вищим керівництвом делеговані певні повноваження залежно від сфери впливу, а також можливість розпоряджатися ресурсами. Усі ресурси, необхідні для здійснення операційної діяльності, об'єднуються у такі групи: матеріальні, нематеріальні, трудові, фінансові, інформаційні. Усі види ресурсів використовуються в процесі здійснення усіх етапів операційної діяльності підприємства, а саме у постачанні, виробництві та збуті, при цьому пропорції та обсяги їх використання у розрізі кожного етапу різняться, що зумовлює структуру витрат центрів відповідальності на підприємстві [8; 9].

Для підприємств з виробництва одягу вихідні результати операційної системи у вигляді готового одягу мають бути якісними та конкурентоспроможними. Тому великого значення набуває усвідомлення керівниками та працівниками необхідності у сприйнятті інновацій, для чого необхідно постійно підвищувати кваліфікацію. Сьогодні не виникає сумнівів щодо того, що інноваційний напрям розвитку є безальтернативним як для окремих підприємств, так і для економіки загалом.

Ринок диктує свої умови функціонування та розвитку бізнесу, тому якісне управління, яке відіграє важливу роль у підвищенні ефективності діяльності, має базуватися на застосуванні сучасних систем управління, які для багатьох вітчизняних підприємств можуть розглядатися як інноваційні.

Поширеними концепціями управління у світі, крім розглянутої вище концепції внутрішньофірмового управління за центрами відповідальності, сьогодні є стратегічне ринкове управління; вартісно-орієнтоване управління; концепція ощадливого виробництва; управління проектами.

Для підвищення ефективності підприємницької діяльності у довгостроковій перспективі доцільно застосовувати одну з найефективніших сучасних управлінських концепцій, а саме *стратегічне ринкове управління*, орієнтоване на споживачів [10]. Основними завданнями стратегічного ринкового управління підприємством є формування місії та перспективних напрямів розвитку; встановлення та відбір інновацій, що можуть бути використані для забезпечення успішного розвитку; розробка конкретної програми дій – формування стратегій від корпоративного до опе-

раційного рівнів, що передбачає встановлення цілей, завдань, показників, ресурсів та заходів; координація спільних зусиль для реалізації розробленої програми; ефективна реалізація вибраних стратегій; постійний моніторинг та оцінка результатів; коригування основних напрямів діяльності та розробленої програми. Чітке виконання поставлених стратегічних завдань прямо впливатиме на підвищення ефективності підприємницької діяльності.

Головним фінансовим показником успішності стратегічного ринкового управління та, відповідно, посилення його економічної безпеки є зростання доданої вартості (*концепція вартісно-орієнтованого управління підприємством*), яка вимірюється показниками економічної та ринкової доданої вартості.

Сутність *концепції ощадливого виробництва (Lean Manufacturing)* полягає в орієнтації на споживача, високій якості та швидкості бізнес-процесів, оперативних розробках для клієнтів, а також передбачуваності на ранніх етапах розробки, короткому часі виходу на ринок нової продукції, гнучкості для забезпечення швидкого обслуговування клієнтів з низькими витратами. Тобто для задоволення споживачів, що в умовах ринку є визначальним для підприємств, необхідно швидко та якісно реагувати на їх потреби, що приводить до зниження витрат підприємства за рахунок скорочення часу на розробку нової продукції та підвищення рівня задоволеності споживачів.

Базовими інструментами управління в діяльності підприємств у ринкових умовах стають програми і проекти. В економічно розвинутих країнах усі проекти здійснюються в рамках методології *управління проектами (Project Management)*. Взагалі під управлінням проектами розуміють процес управління командою і ресурсами проекту за допомогою специфічних методів, засобів, інструментів, використання яких дає змогу в умовах обмеженості часу та ресурсів, ризику, а іноді і невизначеності забезпечити безумовне досягнення поставленої мети з дотриманням вимог зацікавлених осіб. Матрична організаційна структура передбачає виділення сегментів діяльності без створення окремих функціональних одиниць. Сегментація здійснюється в розрізі окремих проектів, продуктів, програм. Реалізація проектів в умовах ринкових відносин потребує застосування стратегічного ринкового управління.

Висновки з проведеного дослідження. Під час детального вивчення розглянутих концепцій управління, а саме управління за центрами відповідальності, стратегічного ринкового управління, вартісно-орієнтованого управління, концепції ощадливого виробництва, управління проектами, зроблено висновок про наявність об'єднуючих елементів: орієнтація на споживача, впровадження новачів та застосування інноваційних підходів у різних сферах діяльності, прискорення бізнес-процесів, покращення продукції, зниження витрат, підвищення ефективності. Синергія зазначених елементів має безпосередній вплив на підвищення ефективності підприємницької діяльності, тому особлива увага має бути зосереджена саме на управлінні та підвищенні його якості.

1. Господарський Кодекс України від 16 січня 2003 року № 436-IV станом на 2 серпня 2017 року [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/436-15>.
2. Bertalanfy L. von. General system theory. Foundations, development applications / L. von Bertalanfy. – N.Y. : Braziller, 1969. – 483 p.
3. Блауберг И. Становление и сущность системного подхода / И. Блауберг, Э. Юдин. – М., 1973. – 312 с.
4. Холод Б. Системний підхід – основа сучасного управління діяльністю промислових підприємств / Б. Холод, О. Зборовська // Академічний огляд. – 2010. – № 1 (32). – С. 48–54.
5. Шевлюга О. Вплив внутрішніх та зовнішніх чинників на техніко-технологічний розвиток промислового підприємства / О. Шевлюга // Вісник економіки транспорту і промисловості. – 2014. – № 47. – С. 111–116.
6. Захаров В. Операційна система промислового підприємства в конкурентному середовищі / В. Захаров // Сучасні проблеми управління підприємствами: теорія та практика. – 24–25 березня 2016 року [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://repository.hneu.edu.ua/jspui/handle/123456789/12661>.
7. Мамонов П. Фактори формування якості швейних товарів на підприємствах легкої промисловості України / П. Мамонов, Т. Багрий // Науковий огляд. – 2015. – № 9 (19). – [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <file:///D:/User.Data/Downloads/591-2476-1-PB.pdf>.
8. Метеленко Н. Внутрішній господарський механізм ефективного функціонування промислових підприємств: теорія, практика, перспективи : [монографія] / Н. Метеленко. – Запоріжжя : КПУ, 2010. – 480 с.
9. Рibaкова Л. Організація управлінського обліку за центрами витрат: теорія і практика / Л. Рibaкова // Економіка. Управління. Інновації. – 2016. – № 1 (16). – [Електронний ресурс]. – Режим доступу : file:///D:/User.Data/Downloads/eui_2016_1_21.pdf.
10. Аакер Д. Стратегическое рыночное управление / Д. Аакер ; пер. с англ. ; под ред. С. Божук. – 7-е изд. – СПб. : Питер, 2007. – 496 с.

E-mail: tanyayankovec@ukr.net

ЦЕ ЦІКАВО

В рамках наукового семінару кафедри міжнародної економіки навчально-наукового інституту економіки і управління Національного університету харчових технологій «Інформаційна культура в сучасному світі» 30 жовтня відбулося засідання круглого столу на тему «Проблеми залучення іноземних інвестицій в економіку країни».

Засідання круглого столу відкрила координатор – доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри міжнародної економіки Світлана Гуткевич. Учасниками круглого столу були представники підприємницьких структур, науковці, викладачі, аспіранти та студенти.

З доповідями виступили гості круглого столу. Кравченко Надія, директор з корпоративних комунікацій групи компаній «Ефективні інвестиції» розповіла про особливості діяльності компанії Біхайв.

Гужва Ігор – к.е.н., заступник директора Інституту інформатизації та моделювання економіки Міністерства економічного розвитку і торгівлі України – про міжнародний досвід залучення іноземних інвестицій Туреччини та залучення інвестицій в Україну. Також з цікавими доповідями виступили викладачі, аспіранти та студенти.

Про свою участь заявили близько шістдесяти учасників, серед яких представники НТУУ «Київський політехнічний інститут ім. Сікорського», Київського національного економічного університету ім. В. Гетьмана, Київського національного університету культури і мистецтв, Київської духовної академії та семінарії.

Тематика круглого столу має актуальне значення для розвитку галузей економіки. Компанією Біхайв була проведена дегустація якісного меду.