

ISSN 2307-5740

Науковий журнал

# **ВІСНИК**

**Хмельницького  
національного  
університету**

---

**Економічні науки**

---

**2013, № 6, Том 1**

---

Scientific journal

**HERALD**

**of Khmelnytskyi national university**

---

**Economical sciences**

---

**2013, N. 6, Volume 1**

**Хмельницький 2013**

# ВІСНИК

## Хмельницького національного університету

Затверджений як фахове видання

Постановою президії ВАК України від 16.12.2009 № 1-05/6  
([http://vak.org.ua/docs//prof\\_journals/journal\\_list/whole.pdf](http://vak.org.ua/docs//prof_journals/journal_list/whole.pdf))

*Засновано в липні 1997 р.*

*Виходить 6 разів на рік*

---

**Хмельницький, 2013, № 6, Т. 1 (206)**

---

**Засновник і видавець: Хмельницький національний університет  
(до 2005 р. — Технологічний університет Поділля, м. Хмельницький)**

|  |   |
|--|---|
| <b>Головний редактор</b>                                   | <b>Скиба М. Є.</b> , заслужений працівник народної освіти України, член-кореспондент Національної академії педагогічних наук України, д. т. н., професор, ректор Хмельницького національного університету |
| <b>Заступник головного редактора</b>                       | <b>Параска Г. Б.</b> , д. т. н., професор, проректор з наукової роботи Хмельницького національного університету   |
| <b>Голова редакційної колегії серії “Економічні науки”</b> | <b>Войнаренко М. П.</b> , заслужений діяч науки і техніки України, д. е. н., професор, академік АЕНУ, МАІ, УАЕК, проректор з науково-педагогічної роботи Хмельницького національного університету         |
| <b>Відповідальний секретар</b>                             | <b>Гуляєва В. О.</b> , завідувач відділом інтелектуальної власності Хмельницького національного університету  |

### **Ч л е н и р е д к о л е г і ї**

#### *Економічні науки*

д. е. н. Асаул А. М., д. е. н. Благун І. С., д. е. н. Бельтюков Є. А., к. е. н. Бондаренко М. І., д. е. н. Ведерніков М. Д., д. е. н. Гесць В. М., к. т. н. Григоруک П. М., д. е. н. Завгородня Т. П., к. т. н. Йохна М. А., к. е. н. Ковальчук С. В., д. е. н. Козак В. Є., д. е. н. Кругляк Б. С., д. е. н. Кулинич О. І., д. е. н. Лук'янова В. В., к. е. н. Любохинець Л. С., д. е. н. Мікула Н. А., д. е. н. Микитенко В. В., к. е. н. Михайловська І. М., д. е. н. Нижник В. М., д. е. н. Орлов О. О., д. е. н. Стадник В. В., к. е. н. Тюріна Н. М., к. е. н. Хмелевська А. В., д. е. н. Хрущ Н. А.

*Технічний редактор* к. т. н. Романюк В. В.  
*Редактор-коректор* Броженко В. О.

**Рекомендовано до друку рішенням Вченої ради Хмельницького національного університету,  
протокол № 1 від 25.09.2013**

**Адреса редакції:** Україна, 29016,  
м. Хмельницький, вул. Інститутська, 11,  
Хмельницький національний університет  
редакція журналу “Вісник Хмельницького національного університету”  
**☎** (03822) 2-51-08  
**e-mail:** [patent\\_1@beta.tup.km.ua](mailto:patent_1@beta.tup.km.ua)  
[vagvestnik@rambler.ru](mailto:vagvestnik@rambler.ru)  
**web:** [http://library.tup.km.ua/visnyk\\_tup.htm](http://library.tup.km.ua/visnyk_tup.htm)  
<http://visniktup.narod.ru>  
<http://vestnik.ho.com.ua>

Зареєстровано Міністерством України у справах преси та інформації.  
Свідоцтво про державну реєстрацію друкованого засобу масової інформації  
Серія КВ № 9721 від 29 березня 2005 року (перереєстрація)

© Хмельницький національний університет, 2013  
© Редакція журналу “Вісник Хмельницького національного університету”, 2013

---

## МЕХАНІЗМИ УПРАВЛІННЯ ДІЯЛЬНІСТЮ ВІТЧИЗНЯНИХ ПІДПРИЄМСТВ ЗА УМОВ РОЗВИТКУ ІНТЕГРАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ

|   |    |
|---|----|
| <b>М. В. КОРЯГІН</b><br>МЕТОДИ ОЦІНКИ РИЗИКІВ ВИЗНАЧЕННЯ ВАРТОСТІ ПІДПРИЄМСТВА .....  | 7  |
| <b>І. П. БАБУР</b><br>ОСНОВНІ АСПЕКТИ ПРОЕКТНОГО УПРАВЛІННЯ ПРОГРАМАМИ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ ОПЕРАТОРА ЗВ'ЯЗКУ .....                          | 11 |
| <b>В. А. ДАВИДЕНКО</b><br>АСПЕКТИ ПІДВИЩЕННЯ ІНФОРМАТИВНОСТІ ІНФОРМАЦІЙНОГО ПРОСТОРУ СИСТЕМИ МОНІТОРИНГУ ЕФЕКТИВНОСТІ ФУНКЦІОНУВАННЯ ПІДПРИЄМСТВА ..... | 14 |
| <b>О. А. НІКОЛАЙЧУК</b><br>РОЗВИТОК МЕТОДИЧНИХ ПІДХОДІВ ДО ОЦІНЮВАННЯ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОГО КАПІТАЛУ ПІДПРИЄМСТВА .....                                      | 19 |
| <b>А. М. РОЗМАН</b><br>МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ ЦІННІСНО-ОРІЄНТОВАНОГО УПРАВЛІННЯ ТОРГОВЕЛЬНИМ ПІДПРИЄМСТВОМ .....  | 26 |
| <b>О. О. РУДАЧЕНКО</b><br>ВИЗНАЧЕННЯ ДОМІНАНТНИХ ЗАГРОЗ НА ПІДПРИЄМСТВАХ ЖИТЛОВО-КОМУНАЛЬНОГО ГОСПОДАРСТВА .....  | 35 |
| <b>І. А. СИСОЄНКО</b><br>ОСОБЛИВОСТІ МЕТОДОЛОГІЇ ОРГАНІЗАЦІЙНОГО ПРОЕКТУВАННЯ ПІДПРИЄМСТВА В СУЧАСНИХ УМОВАХ ГОСПОДАРЮВАННЯ .....                       | 39 |
| <b>І. Г. ФАДЄЄВА</b><br>СУТНІСТЬ КОРПОРАТИВНОГО УПРАВЛІННЯ ТА ОСНОВИ ФОРМУВАННЯ СИСТЕМНО-СИНЕРГІЧНОГО ПІДХОДУ ДО ОЦІНКИ ЙОГО ЕФЕКТИВНОСТІ .....         | 46 |
| <b>ЕКОНОМІКА ПРАЦІ ТА УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ,<br/>РОЗВИТОК ТРУДОВИХ РЕСУРСІВ</b>   |    |
| <b>В. А. ОВЕРЧУК</b><br>ІНТЕГРАЦІЯ В СУСПІЛЬСТВО ЛЮДЕЙ З ОСОБЛИВИМИ ПОТРЕБАМИ ЧЕРЕЗ СИСТЕМУ КОМПЛЕКСНОЇ РЕАБІЛІТАЦІЇ .....                              | 55 |
| <b>В. В. ПОЛЬОВА</b><br>ТИПИ ТРУДОВОЇ ПОВЕДІНКИ ПРАЦІВНИКІВ .....   | 59 |
| <b>А. А. САХНО</b><br>ВИКОРИСТАННЯ ТЕОРІЇ ПОРТЕРА – ЛОУЛЕРА У ПІДПРИЄМНИЦТВІ .....  | 65 |
| <b>І. Г. БУЗЕЦЬКИЙ</b><br>СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИЙ РОЗВИТОК В КОМПЛЕКСІ ОЦІНОЧНИХ ЧИННИКІВ ФОРМУВАННЯ ЛЮДСЬКОГО ПОТЕНЦІАЛУ РЕГІОНУ .....                   | 69 |
| <b>ОБЛІК ТА АУДИТ</b>   |    |
| <b>О. І. ПРОДІУС</b><br>КОНЦЕПТУАЛЬНІ ОСНОВИ ПІДВИЩЕННЯ ЯКОСТІ АУДИТОРСЬКИХ ПОСЛУГ .....  | 73 |

---

|   |    |
|---|----|
| <b>С. І. СЕЙКО</b><br>УДОСКОНАЛЕННЯ ОРГАНІЗАЦІЇ БУХГАЛТЕРСЬКОГО ОБЛІКУ ЗАЛУЧЕНОГО КАПІТАЛУ ТА ЦІЛЬОВОГО ФІНАНСУВАННЯ НА БАЗІ СУЧАСНИХ КОМП'ЮТЕРНИХ ТЕХНОЛОГІЙ ..... | 77 |
|---|----|

### **СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ ІННОВАЦІЙНО-ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ**

|  |    |
|--|----|
| <b>Г. А. УТКІНА</b><br>ІННОВАЦІЙНИЙ ТИП РОЗВИТКУ ЕКОНОМІКИ ЯК ЗАКОНОМІРНИЙ РЕЗУЛЬТАТ СПЕЦИФІКИ ПОСТІНДУСТРІАЛЬНОГО СУСПІЛЬСТВА ..... | 82 |
|--|----|

### **ФІНАНСИ ТА БАНКІВСЬКА СПРАВА**

|   |    |
|---|----|
| <b>О. А. ГОЛУБОВСЬКА</b><br>ВЗАЄМОЗАЛЕЖНІСТЬ МІЖ ПОТРЕБАМИ ПІДПРИЄМСТВА ТА БАНКУ В ПРОЦЕСІ ФІНАНСУВАННЯ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ..... | 86 |
|---|----|

|   |    |
|---|----|
| <b>Г. Р. БАЛЯНТ</b><br>СУЧАСНІ ПІДХОДИ ДО ОРГАНІЗАЦІЇ РЕГУЛЮВАННЯ ТА НАГЛЯДУ ЗА ФІНАНСОВИМ СЕКТОРОМ КРАЇН ЄВРОПЕЙСЬКОГО СОЮЗУ В КОНТЕКСТІ ПОДОЛАННЯ НАСЛІДКІВ ФІНАНСОВО-ЕКОНОМІЧНОЇ КРИЗИ ..... | 89 |
|---|----|

|   |    |
|---|----|
| <b>Ю. М. ГАЛІЦЕЙСЬКА</b><br>ФОРМУВАННЯ ЗАЛУЧЕНИХ РЕСУРСІВ БАНКАМИ УКРАЇНИ ..... | 95 |
|---|----|

|   |     |
|---|-----|
| <b>М. В. КОРНЄВ</b><br>РОЗРОБКА СИСТЕМИ КЛАСИФІКАЦІЇ ФІНАНСОВИХ ПОТОКІВ ..... | 100 |
|---|-----|

|   |     |
|---|-----|
| <b>С. В. ЛЕЛЮК</b><br>ЕМПІРИЧНЕ ДОСЛІДЖЕННЯ ВПЛИВУ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ДЕРЖАВИ НА ЇЇ ФІНАНСОВУ БЕЗПЕКУ ..... | 106 |
|---|-----|

|   |     |
|---|-----|
| <b>Ю. М. ОСАДЧУК</b><br>ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ КРЕДИТНОЇ КООПЕРАЦІЇ В УКРАЇНІ ..... | 115 |
|---|-----|

|  |     |
|--|-----|
| <b>О. М. СИДОРЕНКО</b><br>ДОПОМІЖНІ МЕХАНІЗМИ УПРАВЛІННЯ В СИСТЕМІ ДЕРЖАВНОГО ФІНАНСОВОГО КОНТРОЛЮ (ЕКОНОМІЧНИЙ, МОТИВАЦІЙНИЙ ТА ПОЛІТИЧНИЙ) ..... | 120 |
|--|-----|

|  |     |
|--|-----|
| <b>О. М. ХМЕЛЕВСЬКА</b><br>СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ ФІНАНСУВАННЯ СИСТЕМИ ОСВІТИ В УКРАЇНІ ..... | 126 |
|--|-----|

|  |     |
|--|-----|
| <b>А. А. КОРБУТ</b><br>РАЦІОНАЛІЗАЦІЯ СИСТЕМИ ЗАЛУЧЕННЯ ТА ЕФЕКТИВНОГО ВИКОРИСТАННЯ ФІНАНСОВИХ АКТИВІВ ..... | 131 |
|--|-----|

### **АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ ЗАСТОСУВАННЯ ТЕОРІЇ І ПРАКТИКИ МАРКЕТИНГУ**

|   |     |
|---|-----|
| <b>П. Г. ІЛЬЧУК</b><br>МОДЕЛЬ МАРКЕТИНГОВОЇ СТРАТЕГІЇ ІНТЕРНАЦІОНАЛІЗАЦІЇ ПІДПРИЄМСТВ ..... | 137 |
|---|-----|

|  |     |
|--|-----|
| <b>Л. А. ГРИЦИНА</b><br>ФОРМУВАННЯ ЛОГІСТИЧНОЇ СИСТЕМИ ПІДПРИЄМСТВА ПРИ ВЕДЕННІ МІЖНАРОДНОГО БІЗНЕСУ ..... | 145 |
|--|-----|

---

|  |     |
|--|-----|
| <b>Б. Б. СЕМАК</b><br>РИНОК ЕКОТЕКСТИЛЮ УКРАЇНИ: МЕХАНІЗМИ УПРАВЛІННЯ ЯКІСТЮ .....   | 148 |
| <b>Г. М. ДОРОЖКІНА, Л. М. ХОМЕНКО</b><br>ОРГАНІЗАЦІЯ МАРКЕТИНГУ ГІРНИЧОЗБАГАЧУВАЛЬНОГО КОМБІНАТУ<br>ПРИ ЗБІЛЬШЕННІ ЕКСПОРТНИХ ПОСТАВОК .....             | 153 |
| <b>О. А. КРАТТ, Г. П. ДОРОВСЬКИХ</b><br>МАРКЕТИНГ ВИЩОЇ ОСВІТИ: ОБСТАВИНИ ЗАСТОСУВАННЯ АСОРТИМЕНТНОЇ ПОЛІТИКИ .....                                      | 159 |
| <b>К. В. КУЧЕРЕНКО</b><br>МІЖНАРОДНИЙ ТУРИСТИЧНИЙ БРЕНД КРАЇНИ: ПІДХОДИ ДО ФОРМУВАННЯ<br>ТА ПРОСУВАННЯ В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ .....                       | 167 |
| <b>В. РАТИНСЬКИЙ</b><br>ПЛАНУВАННЯ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ЯК ОСНОВНИЙ ФАКТОР УСПІХУ НА РИНКУ<br>СВІТЛИХ НАФТОПРОДУКТІВ .....                           | 171 |
| <b>О. О. СЕЛЕЗНЬОВА</b><br>ОЦІНКА МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ БУДІВЕЛЬНОГО ПІДПРИЄМСТВА .....   | 176 |
| <b>С. Ю. ХАМІНІЧ, Г. Г. ПОЛІШКО</b><br>ПОБУДОВА МАРКЕТИНГОВОЇ СТРАТЕГІЇ КРАЇНИ: УКРАЇНСЬКИЙ КОНТЕКСТ .....   | 181 |
| <b>А. В. ШЕВЧЕНКО</b><br>ЗАРУБІЖНИЙ ДОСВІД ЗАСТОСУВАННЯ ЛОГІСТИЧНОГО ПІДХОДУ ПРИ ПЛАНУВАННІ<br>РОБОТИ ЗАЛІЗНИЧНОГО ТРАНСПОРТУ .....                      | 186 |
| <b>І. В. ЮРКО, О. Ю. УСТЬЯН</b><br>СОЦІАЛЬНІ ПЕРЕДУМОВИ ВИНИКНЕННЯ ТА ЕВОЛЮЦІЯ КОНЦЕПЦІЇ МАРКЕТИНГУ .....  | 189 |
| <b>ПРІОРИТЕТИ РЕГІОНАЛЬНОЇ ЕКОНОМІЧНОЇ ПОЛІТИКИ,<br/>АНАЛІЗ РЕГІОНАЛЬНИХ І МІСЦЕВИХ РИНКІВ</b>   |     |
| <b>Б. П. ГАЛУШКО</b><br>ВИЗНАЧЕННЯ ПРІОРИТЕТІВ ДЕРЖАВНОГО РЕГУЛЮВАННЯ<br>ПАЛИВНО-ЕНЕРГЕТИЧНОГО КОМПЛЕКСУ РЕГІОНУ .....                                   | 194 |
| <b>Н. М. ДОНСВА</b><br>ТУРИСТИЧНА ПРИВАБЛИВІСТЬ ХЕРСОНСЬКОГО РЕГІОНУ ЯК ОДИН З ОСНОВНИХ ЗАСОБІВ<br>ПІДВИЩЕННЯ ЙОГО КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ .....          | 199 |
| <b>К. В. СІРЕНКО</b><br>ОЦІНКА РЕГІОНАЛЬНИХ ОСОБЛИВОСТЕЙ РОЗВИТКУ ВИЇЗНОГО ТУРИЗМУ<br>В УКРАЇНІ .....  | 206 |
| <b>ЗАГАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ ЕКОНОМІКИ</b>   |     |
| <b>Ю. М. ВАРИЧ</b><br>УПРАВЛІННЯ РОЗВИТКОМ ІНФОРМАЦІЙНО-КОМУНІКАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ В КОНТЕКСТІ<br>ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ СТАЛОГО ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ КРАЇНИ ..... | 210 |
| <b>О. Я. ДЯКІВ</b><br>ФУНКЦІОНАЛЬНІ ЕЛЕМЕНТИ МЕНЕДЖМЕНТУ ТВОРЧОСТІ .....   | 218 |

---

|  |     |
|--|-----|
| <b>Л. І. ГАЛЬКІВ</b><br>ІНТЕРПРЕТАЦІЯ СУТНОСТІ, ТИПОЛОГІЗАЦІЯ ТА ЧИННИКИ ФОРМУВАННЯ ДОХОДІВ<br>ДОМОГОСПОДАРСТВ .....                       | 223 |
| <b>В. А. ЛІТИНСЬКА</b><br>РОЛЬ ТА ЗНАЧЕННЯ ТУРИЗМУ В ЕКОНОМІЦІ УКРАЇНИ ТА СВІТУ .....  | 229 |
| <b>О. Г. ДІДКІВСЬКА</b><br>ТРАНСФОРМАЦІЇ СУСПІЛЬНОГО ЗАПИТУ НА ОСВІТУ В СУЧАСНИХ УМОВАХ<br>В УКРАЇНІ .....                                 | 233 |
| <b>Н. С. САДОВСЬКА</b><br>ОЦІНКА СТАНУ І ПЕРСПЕКТИВ РОЗВИТКУ РЕКРЕАЦІЙНОГО КОМПЛЕКСУ<br>В УКРАЇНІ .....                                    | 239 |
| <b>О. Ю. СОПОЦЬКО</b><br>АНАЛІЗ РИНКОВОГО СЕРЕДОВИЩА ПІДПРИЄМСТВ У ГАЛУЗІ ВИРОБНИЦТВА КОВБАСНИХ<br>ВИРОБІВ .....                           | 243 |
| <b>С. В. БЄЛЯЄВА</b><br>ПРОБЛЕМИ ФОРМУВАННЯ ОПЕРАЦІЙНИХ СТРАТЕГІЙ .....  | 247 |
| <b>В. В. ГАПОН, К. Г. ЧИТАЄВА</b><br>МОНІТОРИНГОВІ ДОСЛІДЖЕННЯ МІЖНАРОДНОГО СПІВРОБІТНИЦТВА ТА ПАРТНЕРСТВА<br>В СИСТЕМІ ВИЩОЇ ОСВІТИ ..... | 252 |
| <b>М. І. ДЗЮБА</b><br>ВДОСКОНАЛЕННЯ СИСТЕМИ СТИМУЛЮВАННЯ ІМПОРТУ .....   | 256 |
| <b>О. М. КУДИРКО, Г. В. ДАЦЕНКО</b><br>ДОСЛІДЖЕННЯ ТЕОРЕТИЧНИХ АСПЕКТІВ СТРАТЕГІЙ УПРАВЛІННЯ ФІНАНСОВИМИ<br>РЕСУРСАМИ ПІДПРИЄМСТВ .....    | 260 |
| <b>Л. В. ОЛІЙНИК</b><br>УПРАВЛІННЯ АКТИВАМИ ПІДПРИЄМСТВА НА ОСНОВІ КОНВЕРГЕНЦІЇ<br>З ГОСПОДАРСЬКО-ЕКОНОМІЧНОЮ СИСТЕМОЮ .....               | 264 |

## МЕХАНІЗМИ УПРАВЛІННЯ ДІЯЛЬНІСТЮ ВІТЧИЗНЯНИХ ПІДПРИЄМСТВ ЗА УМОВ РОЗВИТКУ ІНТЕГРАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ

УДК 657.372.5

М. В. КОРЯГІН  
Львівська комерційна академія

### МЕТОДИ ОЦІНКИ РИЗИКІВ ВИЗНАЧЕННЯ ВАРТОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

*В роботі систематизовано методи оцінки ризиків визначення вартості підприємства. Досліджено та вдосконалено методи розрахунку ризиків визначення вартості підприємства. Здійснено вивчення ризику неефективності інвестиційних проектів та нововведень на вітчизняних підприємствах. Досліджено необґрунтоване викривлення результатів оцінки показників вартості підприємства.*

*Ключові слова: методи, оцінка, ризик, вартість, підприємство.*

M. V. KORYAGIN  
Lviv Academy of Commerce

### METHODS FOR ASSESSMENT OF RISKS IN DETERMINING THE ENTERPRISE VALUE

*The aim of the research – to systematize methods for assessment risk to determining the enterprise value, providing the opportunity quantification of risks and its consideration in terms of the enterprise value because of its adjustment. Methods of risk for determining the enterprise value are investigated and improved. Risk inefficiency of investment projects and innovations in national enterprises are studying. Incomplete consideration of risk factors in the enterprise value, ignoring external risks while processing algorithms cost management leads to undue distortions of evaluation indicators of the enterprise value. Solving these problems is provided by the development of an effective risk management subsystem of enterprise value and measurement of risk factors that affect the change of the enterprise value. The proposed ordering methods for assessment risk to determining the enterprise value organization provides effective risk management system to generate indicators of the enterprise value.*

*Keywords: methods, assessment, risk, cost, enterprise.*

**Постановка проблеми.** Необхідною умовою стабільного функціонування та розвитку економіки країни є ефективна інвестиційна політика, яка забезпечує інтенсивні відтворювальні процеси, зростання національного доходу, розвиток галузей діяльності. Основною передумовою інвестиційних процесів в конкурентних умовах є отримання максимальних доходів за мінімальних витрат капіталу. Разом з тим, економічна невизначеність зумовлює об'єктивний прояв ризиків виникнення втрат, недонаходжень доходів з різних причин.

При прийнятті економічних рішень необхідно враховувати характер ризиків та ймовірність їх виникнення, що зумовлюється багатофакторною динамікою розвитку об'єкта управління та нестійкими умовами його функціонування. У тому числі це стосується ризику достовірності оцінки вартості підприємства, який відображає потенційний рівень загрози реалізації економічних цілей інвестора, зокрема, недоотримання майбутніх доходів від функціонування суб'єкта господарювання. Тому питання ідентифікації та систематизації методів оцінки ризиків визначення вартості підприємства набувають особливої актуальності та потребують детального дослідження.

**Аналіз останніх досліджень та публікацій.** Дослідження видів, прояву та методів оцінки ризиків визначення вартості підприємства здійснювали О. В. Бережна, С. В. Валдайцев, В. В. Вітлінський, П. І. Верченко, І. М. Дашко, Т. О. Загорна, С. І. Кукота, П. Микитюк, Т. А. Порохня та інші.

Мета статті – систематизувати методи оцінки ризиків визначення вартості підприємства, які забезпечують можливість визначення кількісних параметрів ризиків та їх врахування у показниках вартості підприємства через її коригування.

**Вклад основного матеріалу.** Сьогодні спостерігається високий ризик неефективності інвестиційних проектів та нововведень на вітчизняних підприємствах, що негативно позначається на їх фінансових результатах. Однією з причин такої ситуації є недостатнє врахування факторів ризику в процесі прийняття інвестиційних рішень та при обґрунтуванні вибору альтернатив [1, с. 28].

Визначення ризику оцінки вартості підприємства є одним з основних етапів процесу оцінки вартості підприємства, оскільки рівень ризику визначає стратегію розвитку діяльності. Дослідження сутності та ролі ризиків в процесах оцінки вартості підприємства набуває особливої актуальності та є важливим елементом системи теоретико-практичного забезпечення розвитку бізнесу. Ідентифікація сутності та видів ризиків оцінки вартості підприємства забезпечує можливість розробки заходів для своєчасного реагування на негативні явища та мінімізації їх наслідків.

Суттєвий вплив ризиків на всі аспекти діяльності призводить до необхідності розробки методичних засад їх оцінки, заходів мінімізації та управління ними в цілях зниження можливих фінансових втрат [2, с. 145].

Метою аналізу ризиків в процесі оцінки вартості підприємства є їх оцінка, а також встановлення можливих шляхів їх зниження, визначення ступеня генерування чи руйнування вартості підприємства за наявного рівня ризику та пошук способів його зниження.

Процес розрахунку ступеня ризиків визначення вартості підприємства передбачає використання кількісних та якісних методів оцінювання. Серед найбільш поширених методів розрахунку ризиків використовуються наступні методи: сценаріїв; аналогії; аналітичні, експертних оцінок.

Використання методу сценаріїв, як зазначає Т. О. Загорна [3], передбачає встановлення за кожним виділеним фактором ризику песимістичного, оптимістичного та найбільш імовірного сценарію. У подальшому для окремого фактора, наприклад, інфляційного ризику (зміна темпу інфляції), коригується безризикова ставка дисконту, яка повинна застосовуватися для визначення поточної вартості скоригованих грошових потоків.

Значна кількість дискусій серед науковців ведеться з приводу доцільності використання моделі оцінки ризику визначення вартості активів при розрахунку ставки дисконту. Зокрема, Т.О. Загорна [3] акцентує увагу на тому, що цей метод базується на даних ринку і враховує лише систематичні ризики підприємства. Валдайцев С.В. зазначає, що метод оцінки активів та порядок визначення ставки дисконту з його використанням базується на об'єктивних даних ринку. Разом з тим, цей метод характеризується наступними недоліками:

- ставка дисконтування не враховує індивідуальних очікувань щодо ризиків різних інвесторів (загальна премія за той чи інший рівень ризику визначається в розрахунку на середньостатистичного інвестора);
- модель враховує в основному лише систематичні ризики діяльності;
- в отриманій ставці дисконту облік ризиків бізнесу проводиться в розрахунку на інвесторів, які будуть заощаджувати свої активи протягом однакового періоду часу [4, с. 55].

Микитюк П. пропонує для отримання найбільш точних результатів при визначенні ризиків вартості підприємства застосовувати метод сценаріїв у поєднанні з методом імітаційного моделювання, оскільки вони дають змогу максимально врахувати всі взаємозв'язки між початковими показниками проекту. Проте в цьому випадку виникає складність з математичним описом вказаних залежностей [2, с. 152].

Метод аналогій при оцінці ризиків діяльності підприємства ґрунтується на вивченні впливу факторів ризику, оцінки результатів реалізованих інвестиційних проектів підприємств тієї ж галузі або підприємств-аналогів та їх екстраполяції. Зокрема, С. В. Валдайцев [4, с. 46] зауважує, що метод аналогій може вважатися найбільш теоретичним та конкретним серед всіх інших методів оцінки ризиків бізнесу в ставці дисконту, оскільки він повністю базується на даних ринку і містить мінімум необґрунтованих даних.

Використання методу аналогій можливе за наявності інформації про існуючі ризики й їх вплив на діяльність підприємств-аналогів, та передбачає врахування тенденцій їх розвитку при оцінці імовірності виникнення непередбачених втрат або формування додаткових прибутків для прийняття рішень про подальше вкладення коштів.

Разом з тим, недостатній розвиток вітчизняного фондового ринку, висока асиметричність інформації щодо розвитку галузей економіки створюють перешкоди та ставлять під сумнів достовірність результатів, отриманих з використанням методу аналогій.

Економіко-математичні методи оцінки ризиків включають аналіз чутливості та врахування ризику при побудові ставки дисконту. На перевагах використання економіко-математичних методів зауважують О. В. Бережна, Т. А. Порожня та С. І. Кукота [5]. Зокрема, за словами авторів, застосування економіко-математичних методів дозволяє провести якісний та кількісний аналіз економічних явищ, дати кількісну оцінку ступеня ризику та ринкової невизначеності, обрати найбільш ефективне або оптимальне рішення.

Математичні методи і моделі дозволяють імітувати економічні ситуації та господарські процеси, оцінювати їх наслідки при виборі рішень. Методи економіко-математичного аналізу виступають регулятором економічної діяльності в єдності зовнішніх та внутрішніх невизначеностей, забезпечують вибір оптимальних рішень, дозволяють математично вимірювати, аналізувати, програмувати та мінімізувати ризик з метою підвищення ефективності управління ним.

Аналіз чутливості є одним з найбільш простих та відомих методів урахування чинників невизначеності, характерних для оцінювання бізнес-проектів. Як правило, такий аналіз передує кількісній оцінці ризиків і дозволяє з'ясувати, які з чинників (параметрів), що оцінюються можна віднести до найбільш ризикованих, таких, що спричиняють найбільшу частку ризиків.

Проведення аналізу чутливості здійснюється у два етапи: формування моделі та безпосереднє проведення аналізу чутливості, що дозволяє ідентифікувати найважливіші можливі чинники ризику, змінні в моделі, пов'язані з оцінкою вартості підприємства [6, с. 33-34]. Його сутність полягає у вимірюванні чутливості основних показників, ефективності залежно від випадкової зміни чинників.

Використання аналізу чутливості при визначенні вартості підприємства дозволяє структурувати процес формування результатів діяльності суб'єкта господарювання, визначити суттєві фактори генерування/руйнування його вартості.

Науковцями виокремлюються напрями, за якими може проводитись аналіз чутливості [7, 8]:



– встановлення зміни значень цільового критерію при заданій варіації кожної вихідної величини або їх комбінаціях;

– визначення вихідних значень за їх різних поєднаннях при заданому бар'єрному значенні цільового критерію. Такі значення відповідають критичним значенням вхідних параметрів.

Доцільність використання методу аналізу чутливості при визначенні ризику оцінки вартості підприємства зумовлюється об'єктивністю та простотою розрахунків, наочністю його результатів. Отримані висновки дозволяють визначати фактори, зміна яких в найбільшій мірі впливає на кінцеве значення ключового параметру – вартість підприємства. Встановивши критичні значення факторів ризику, суб'єкти оцінки розробляють систему заходів щодо попередження їх виникнення та мінімізації їх негативного впливу.

В окрему підгрупу методів при визначенні ризиків оцінки вартості підприємства слід виділити методи, що базуються на врахуванні ризику при побудові ставки дисконту. Такі методи можна згрупувати за способом врахування ризику при побудові ставки дисконтування:

1) методи, що базуються на ставці дисконту з урахуванням підвищеної норми доходу;

2) методи, що базуються на розрахунку ставки дисконту з урахуванням розвитку підприємств-аналогів.

Методи, що базуються на ставці дисконту з урахуванням підвищеної норми доходу, ґрунтуються на застосуванні методу сценаріїв, методу сценаріїв при роботі з реальними грошовими потоками, методу обліку ризиків бізнесу підвищенням "індивідуальної" ставки дисконту, методу аналогій, моделі оцінки капітальних активів, методу кумулятивної побудови ставки дисконту.

Необхідність використання норми доходу при розрахунку ставки дисконту обґрунтовує С. В. Валдайцев [4, с. 44]. Зокрема, автор зазначає, що якщо будь-якому підприємству, що оцінюється, притаманний ризик, то позиція будь-якого несхильного до ризику потенційного інвестора є такою, що у відповідь на ймовірні ризики він погодиться інвестувати в бізнес тільки тоді, коли середня віддача за весь період ведення бізнесу з кожної вкладеної в нього гривні буде вищою. Ця середня, яка може бути названа нормою доходу, і є ставкою дисконту, що враховує ризики бізнесу.

Коригування ставки дисконту здійснюється, як правило, у випадках, якщо переважаючий вплив на оцінку вартості підприємства здійснюють внутрішні ризики.

Серед науковців на сьогодні відсутній єдиний підхід щодо встановлення пріоритетності використання методів врахування ризику при оцінці вартості підприємства.

При визначенні ставки дисконту інвестори, виявляючи ознаки несистематичного ризику, вимагають одержання максимальних премій. Це означає, що використання методу кумулятивної побудови ставки дисконту дозволяє значно завищити ставку дисконту та, відповідно, знизити вартість підприємства. У зв'язку з цим, невід'ємною умовою використання цього методу для обліку ризиків діяльності є необхідність попереднього обґрунтування суттєвості та характеру впливу несистематичних ризиків на коливання доходів від бізнесу.

Методи, що базуються на розрахунку ставки дисконту з урахуванням розвитку підприємств-аналогів, передбачають визначення ставки дисконту: 1) як оберненої величини співвідношенню "Ціна/Прибуток"; 2) на рівні коефіцієнта ROI "Дохід на інвестиції"; 3) на основі арбітражної теорії вартості капітальних активів.

Використання співвідношення "Ціна/Прибуток" ґрунтується на тому, що фондовий ринок, виставляючи ціну за ту чи іншу компанію, орієнтується не тільки на поточний прибуток, але також на надійність його отримання в майбутньому. Тому чим більшим є співвідношення "Ціна/Прибуток", тим перспективнішим та надійнішим є підприємство з точки зору стабільної прибутковості [4, с. 62-63]. Якщо для підприємств галузі співвідношення "Ціна/Прибуток" виявиться більш високим, це означатиме, що фондовий ринок вважає цю галузь більш перспективною та надійною. Відповідно для такої галузі ставка дисконту як обернена величина співвідношенню "Ціна/Прибуток" буде меншою.

Ставка дисконту на рівні коефіцієнта ROI "Дохід на інвестиції" використовується при оцінці вартості підприємства за умови незмінної номенклатури продукції. В якості ставки дисконту при цьому використовується досягнута підприємством віддача на раніше здійснені інвестиції [4, с. 63].

Застосування методу розрахунку ставки дисконту на основі арбітражної теорії вартості капітальних активів ускладнюється недостатньою інформаційною місткістю та прозорістю вітчизняного фондового ринку, відповідно ця методика в частині розрахунку показників вартості підприємства не може бути адаптована до української економічної специфіки [4, с. 63].

Експертні методи оцінки ризиків базуються на суб'єктивній оцінці можливого впливу окремих факторів генерування/руйнування на вартість підприємства окремими експертами (консультантами, спеціалістами з економічних питань). Цей метод застосовується у випадках, коли отримати необхідний масив статистичної інформації з певних причин неможливо. Особливістю методу експертної оцінки ризиків є відсутність суворого математичного обґрунтування достовірності результатів оцінки [9, с. 186-187].

Важливою проблемою визначення ризиків оцінки вартості підприємства є розробка цілеспрямованих заходів виявлення та вимірювання ризик-факторів, які негативно впливають на вартість підприємства, розробка механізмів зниження їх впливу.

**Висновки.** Неповне врахування факторів ризику в процесі оцінки вартості підприємства, нехтування зовнішніми ризиками при опрацюванні алгоритмів управління вартістю призводять до необґрунтованого викривлення результатів оцінки показників вартості підприємства. Вирішення вказаних проблем забезпечується ефективним розвитком підсистеми управління ризиками оцінки вартості підприємства та вимірюванням ризик-факторів, які негативно впливають на зміну вартості підприємства. Запропонована систематизація методів оцінки ризиків визначення вартості підприємства забезпечує ефективну організацію системи управління ризиками з метою генерування показників вартості підприємства.

### Література

1. Дашко І. М. Сутність інвестиційного ризику та його врахування при обґрунтуванні напрямів інвестиційної діяльності підприємства / І. М. Дашко, О. Ю. Ємельянов, І. З. Крет // Вісник Національного університету "Львівська політехніка". Проблеми економіки та управління. – 2011. – № 698. – С. 28–34.
2. Микитюк П. Система оцінювання та аналізу факторів ризику інвестиційно-інноваційної діяльності підприємства / П. Микитюк // Вісник ТНЕУ. – 2012. – № 1. – С. 145–153.
3. Загорная Т. О. Оценка стоимости бизнеса : [курс лекций и практикум] / Т. О. Загорная. – МЭГИ, Макеевка. – Макеевский эконом.-гуманит. институт, 2010. – 145 с.
4. Валдайцев С. В. Оценка бизнеса : [учеб.] / С. В. Валдайцев. – 2-е изд., перераб. и доп. – М. : ТК Велби, Изд-во Проспект, 2004. – 360 с.
5. Бережная Е. В. Методы оценки экономических рисков / Е. В. Бережная, Т. А. Порожня, С. И. Кукота // Сборник научных трудов СевКавГТУ. – Серия «Экономика». – 2005. – № 2. – С. 102-105.
6. Вітлінський В. В. Аналіз, моделювання та управління економічним ризиком : [навч.-метод. посібник для самост. вивч. дисц.] / В. В. Вітлінський, П. І. Верченко. – К. : КНЕУ, 2000. – 292 с.
7. Бирман Г. Экономический анализ инвестиционных проектов / Г. Бирман, С. Шмидт. – [пер. с англ.]. – М. : ЮНИТИ, 1997. – 631 с.
8. Блех Ю. Инвестиционные расчеты / Ю. Блех, У. Гетце. – [пер. с нем.]. – Калининград, 1997. – 450 с.
9. Слав'юк Р. Фінанси підприємств : [навчальний посібник] / Ростислав Слав'юк. – 3-є вид., переробл. і доп. – К. : Центр навчальної літератури, 2004. – 459 с.

### References

1. I. M. Dashko, O. Yu. Yemelianov, I. Z. Kret. Sutnist investyziynogo ryzyku ta yogo vrahuvania pry obgruntuvanni napriamiv investyziinoi diialnosti pidpriumstva. Visnyk Nazionalnoho universytetu "Lvivska politehnika". Problemy ekonomiky ta upravliamia. – 2011. – No. 698. – pp. 28-34. [in Ukrainian].
2. P. Mykytiuk. Systema otsiniuvania ta analyzy faktoriv ryzyku investyziino-innovatsiinoi diialnosti pidpriumstva. Visnyk TNEU. – 2012. – No. 1. – pp. 145-153. [in Ukrainian].
3. T. O. Zagornaia. Otsenka stoimosti biznesa : [kurs lektsii i praktikum]. MEGI, Makeievka. – Makeievskii ekonom.-gumanit. institute, 2010. – 145 p. [in Russian].
4. S. V. Valdaitsev. Otsenka biznesa : [ucheb.]. – 2-e izd., pererab. i dop. M. : TK Velbi, Izd-vo Prospekt, 2004. – 360 p. [in Russian].
5. E. V. Berezhnaia, T. A. Porohnia, S. I. Kukota. Metody otsenki ekonomicheskikh riskov. Sbornik nauchnykh trudov SevKavGTU. – Seriiia „Ekonomika”. – 2005. – No. 2. – pp. 102-105. [in Russian].
6. V. V. Vitlinskyi. Analiz, modeliuvania ta upravlinia ekonomichnym ryzykom : [navch.-metod. Posibnyk dlia samost. vuvch. dysts.]. – K. : KNEU, 2000. – 292 p. [in Ukrainian].
7. G. Birman. Ekonomicheskii analiz investitsionnyh proektov / G. Birman, S. Shmidt. – [per. s angl.]. M. : YUNITI, 1997. – 631 p. [in Russian].
8. Yu. Bleh, U. Getse. Ivestitsionnye raschety. – [per. s nem.]. Kaliningrad, 1997. – 450 p. [in Russian].
9. R. Slaviuk. Finansy pidpriumstv : [navchalnyi posibnyk]. 3-ie vud., pereobl. i dop. K. : Tsentri navchalnoi literaturu, 2004. – 459 p. [in Ukrainian].

Надійшла 13.09.2013; статтю представляє д. е. н. Корягін М. В.

## ОСНОВНІ АСПЕКТИ ПРОЕКТНОГО УПРАВЛІННЯ ПРОГРАМАМИ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ ОПЕРАТОРА ЗВ'ЯЗКУ

*Розглянуто стан, проблеми та розвиток оператора зв'язку. Розглянутий та запропонований критерій ефективності впровадження програми соціально-економічного розвитку оператора зв'язку в нестабільних економічних умовах. Він дозволяє всебічно дослідити різні варіанти розвитку програм при її формуванні та впровадженні.*

*Ключові слова: програма розвитку, проект, оператор зв'язку, соціально-економічний розвиток, критерій ефективності, проектний розвиток.*

## KEY ASPECTS OF PROJECT MANAGEMENT PROGRAMS SOCIAL AND ECONOMIC DEVELOPMENT OPERATOR OF TELECOMMUNICATIONS

*The construction of highly efficient and competitive economy is impossible without a high level of development and continuous improvement of national information - telecommunication system. Intense competition in the telecommunication market, forcing operators to develop and introduce not only new services, but also to systematically improve them. In order to increase the internal potential of the telecommunication operator implementing the program of social and economic development. This raises the problem of evaluating the effectiveness of such programs with the appropriate criteria. From the standpoint of project management principle of development is the development of the criterion of efficiency of project management programs for social and economic development of the telecommunication operator. The process of socio-economic development of the telecommunication operator is a major opportunity for a comprehensive study of the various options for the formation of social and economic development program of telecommunication operators. This criterion is the main structural tool not only for the analysis program, and determines the approach to this program.*

*Keywords: program development, project operator, socio-economic development of the criterion of efficiency, project development.*

**Постановка проблеми у загальному вигляді і її зв'язок з важливими науковими та практичними завданнями.** Система поглядів на процес управління розвитком підприємства змінюється під впливом об'єктивних факторів. Основними факторами, що впливають на цей процес, є науково-технічна революція, концентрація фінансового наукового і виробничого потенціалу на основних напрямках розвитку і, як наслідок, виникає необхідність враховувати суттєві зміни, що виникають навколо. Характерною їх рисою стала орієнтація цілих галузей світової економіки на безпосереднє задоволення потреб споживачів. Створення нової продукції та послуг. Процес виробництва та надання послуг все в більшій мірі орієнтується на спеціалізовані запити споживачів. Вони націлені на задоволення споживачів шляхом соціально орієнтованої ринкової економіки. Це призводить до соціальної орієнтації підприємств, яка означає, що паралельно з економічною функцією воно несе і соціальну. Суттєву роль в зазначеній орієнтації виграють сучасні послуги операторів зв'язку. Тому вирішення їх розвитку є досить актуальною задачею.

**Аналіз останніх досліджень, у яких започатковано вирішення проблеми.** Для того, щоб функціонування підприємств в умовах перехідного періоду стало ефективнішим, та приділяло увагу соціальної орієнтації необхідно розглядати підприємство, як основний соціально-економічний елемент у загальній системі народногосподарського комплексу.

Питання, пов'язані з проблемою управління програмами соціально-економічного розвитку підприємств розглянуті, С.Д. Бушуевим, В.А. Рачем, Ю.І. Буріменко та викладені у роботах [3, 6]. В них розкриті принципи питання проектного управління програмами розвитку підприємств. Однак питання оцінки їх ефективності шляхом розробки відповідних критеріїв не вирішені.

Ціллю статті є розробка критерію ефективності проектного управління програмами соціально-економічного розвитку оператора зв'язку.

**Виклад основного матеріалу дослідження з повним обґрунтуванням отриманих наукових результатів.** Процес соціально-економічного розвитку оператора зв'язку має досить суперечливий і нестабільний характер. Незалежно від форми власності всі вони функціонують у ринковому середовищі, в якому відбуваються складні процеси становлення соціально орієнтованої ринкової економіки. Це призводить до необхідності соціальної орієнтації. Така орієнтація розглядається у орієнтації на запити споживача. Тобто необхідність задоволення потреб суспільства в послугах, які надають оператори; з позицій

вирішення соціальних проблем трудового колективу і місця існування його. Дана обставина пред'являє високі вимоги до управління соціально-економічними процесами і виробничо-господарською діяльністю оператора зв'язку [8].

Ринкові відносини вимагають глибоких змін у підходах до розробки та реалізації програм соціально-економічного розвитку, що забезпечують різкий перехід до інтенсифікації виробництва, переорієнтацію оператора на повне і першочергове використання якісних чинників економічного та соціального зростання. Найважливішими з них є наступні.

- Науково-технічний прогрес, який породжує принципово нові технології та засоби автоматизації виробництва, що дозволяє істотно підвищити продуктивність праці.

- Режим економії і ресурсозбереження є важливим чинником інтенсифікації і підвищення продуктивності праці. Необхідно також інтенсивніше використовувати наявний виробничий потенціал операторів шляхом ритмічності виробництва,

- Підвищення якості послуг, зниження питомої ваги витрат ресурсів.

- Велике значення у підвищенні ефективності виробництва мають організаційно-економічні фактори. Перш за все, розвиток і вдосконалення раціональних форм організації виробництва: концентрації, спеціалізації, кооперування і комбінування. При цьому необхідно також удосконалювати виробничо-соціальну інфраструктуру.

Очевидно, що використання всіх цих факторів економічного та соціального зростання вимагає відповідного вдосконалення форм і методів управління соціально-економічними програмами розвитку оператора зв'язку. Науково обгрунтовані програми соціально-економічного розвитку в даний час стає основним інструментом активізації соціально-економічних процесів. Таке обгрунтування, як показують дослідження останніх років і практичний досвід, може бути здійснено головним чином на основі проектного підходу до розробки і реалізації програм розвитку [5]. Проектна ідеологія розвитку повинна пронизувати всі форми функціонування оператора: в маркетингу це проекти маркетингових досліджень, рекламних акцій, виведення на ринок нових послуг, завоювання нових ринків збуту; у виробництві це проекти освоєння та випуску нової продукції, технічного переозброєння, впровадження нових технологій; в дослідно-конструкторській сфері діяльності це проекти розробки та випробування нових зразків техніки, продукції, технологій; в збуті це проекти побудови торгово-збутової мережі; в соціальній сфері це проекти реформування соціальної інфраструктури, системи мотивації та стимулювання праці. Сукупність усіх цих проектів у їх організаційному, фінансовому, ресурсному та управлінському взаємозв'язках і визначають сутність проектного управління розвитком оператора зв'язку.

При такій сукупності проектів виникає завдання формування необхідного пакета проектів для соціально економічної програми розвитку оператора зв'язку. Таке завдання в існуючих нестабільних економічних умовах, що характеризує інфляцію, коливанням курсу валют, кредитних ставок, ціновими перекосами й іншими негативними явищами, має вирішуватися на основі порівняльного аналізу проектів за декількома показниками: NPV, DPP, IRR, життєвого циклу:

$$\min_{k \in \{1, 2, \dots, q(i)\}} \left\{ \sum_{j=1}^m P_{ij} (F_{luj} - F_{ikj})^2 \right\}^{1/2}, \quad i = \overline{1, n}, \quad (1)$$

де  $q(i)$  – число проектів за  $i$ -м напрямком соціально економічної програми розвитку оператора зв'язку ;  $n$  – число напрямків;  $p_{ij}$  – вага  $j$ -го показника в  $i$ -му напрямку;  $F_{luj}$  та  $F_{ikj}$  – бажані та реальні показники.

Після того як буде вибраний проект на основі критерію (1) отримаємо вектор-функцію  $NPV=(NPV_1, \dots, NPV_i, \dots, NPV_n)$ , яка означає узагальнений критерій ефективності програми соціально економічного розвитку оператора зв'язку. При цьому

$$NPV_1 = \sum_{j=1}^{N_1} \frac{CF_i(j)}{\prod_{k=1}^j (1+r_k)} - \sum_{p=1}^{M_1} \frac{Invest_i(\tau_p)}{\prod_{q=1}^p (1+r_q)}. \quad (2)$$

Також слід зазначити, що у формулі (2) грошові потоки  $CF_{i(j)}$  у  $j$ -му періоді за  $i$ -м напрямом програми розвитку можуть бути як реальними, так і уявними. Тобто відображати ті витрати, які можуть виникнути за відсутності відповідних інвестицій.

**Висновки.** Запропонований критерій ефективності впровадження програми соціально-економічного розвитку оператора зв'язку відкриває широкі можливості для всебічного дослідження різних варіантів формування соціально-економічної програми розвитку оператора зв'язку. Цей критерій є основним конструктивним інструментом не тільки при аналізі програми, а і визначає підхід до її створення

Відзначимо також, що критерій (2) дозволяє проводити порівняльний аналіз різних варіантів програм розвитку, виявляти перспективні напрямки розвитку та мало ефективні. Відстежувати реальний процес формування соціально-економічної програми в ході її реалізації та за необхідності коригувати таку програму.

### Література

1. Бурименко Ю.И. Адаптивно-программирующий метод управления социально-экономическими системами /И.Ю.Бурименко // Праці п'ятої Української конференції з автоматичного управління. – К., 1998. – Ч. 2. – С. 83–90.
2. Бабур И.П. Научно-методические принципы оценки эффективности инновационно-инвестиционной программы развития оператора связи / И.П. Бабур, Ю.И. Бурименко // Економіка розвитку. – Харків ХНЕУ, 2012. – С. 18–22.
3. Бурименко Ю.І. Основні принципи адаптивного управління соціально-економічним розвитком підприємства / Ю.І. Бурименко, І.П. Бабур, В.В. Коваль // науковий вісник Буковинської державної фінансової академії: Збірник наукових праць. Вип. 3(16): Економічні науки. – Чернівці, Технодрук, 2009. – 558 с.
4. Бурименко Ю. И. Экономический аспект проектно-ориентированного развития предприятия связи // Наукові праці ОНАЗ ім. О. С. Попова. – 2008. – № 1. – С. 93–96.
5. Бушуева Н. С. Модели и методы проективного управления программами организационного управления / Бушуева Н. С. – К. : Наук. світ, 2007. – С. 168–170.
6. Бушуев С.Д. Креативные технологии управления проектами и программами : монография / Бушуев С.Д. ; Под. ред. С. Д. Бушуева. – К. : Саммит-Книга, 2010. – 768 с.
7. Бабур И.П. Формирование финансового профиля программы развития оператора связи / И.П. бабур // Всеукраїнський науково-виробничий журнал «Інноваційна економіка». – 2013. – №4. – С. 345–348.
8. Вороная Н.Ю. Основные принципы построения гибких организационных структур предприятия / Н.Ю. Вороная // Сб. науч. трудов по материалам межд. научно-практ. конф. «Научные исследования и их практическое применение. Современное состояние и пути развития 2009», Т.10, экономика: – Одесса, 2009. – С. 61–62.

### References

1. Burimenko Yu. I. Adaptivno-programmiruyushiy metod upravleniya sotsialno-ekonomicheskimi sistemami /I.Yu.Burimenko // Pratsi p'yatoYi UkraYinskoYi konferentsiyi z avtomatichnogo upravlnnya, Ch. 2. –KyYiv, 1998. – С. 83-90
2. Babur I.P. Nauchno-metodicheskie printsipy otsenki effektivnosti innovatsionno-investitsionnoy programmyi razvitiya operatora svyazi / I.P. Babur, Yu.I. Burimenko // Ekonomika rozvitku – Harkiv HNEU, 2012. – S.18-22
3. BurImenko Yu. I. Osnovni printsipi adaptivnogo upravlnnya sotsialno-ekonomichnim rozvitkom pdpriemstva / Yu.I. BurImenko, I.P. Babur, V.V.Koval// naukoviy vIsnik BukovinskoYi derzhavnoYi flnansovoYi akademiyi: Zblrnik naukovih prats. Vip. 3(16): Ekonomichni nauki. – ChernIvtsI, Tehnodruk, 2009. – 558s.
4. Burimenko Yu. I. Ekonomicheskii aspekt proektno-orientirovannogo razvitiya predpriyatiya svyazi // NaukovI pratsI ONAZ Im. O. S. Popova. – 2008. – #1. – S. 93-96.
5. Bushueva N. S. Modeli i metodyi proektivnogo upravleniya programmami organizatsionnogo upravleniya. – K. : Nauk. svIt, 2007. –S.168-170.
6. Bushuev S.D. Kreativnyie tehnologi upravleniya proektami i programmami: Monografiya / Pod. red. S. D. Bushueva – K.: Sammit-Kniga, 2010. – 768 s.
7. Babur I.P. Formirovanie finansovogo profilya programmyi razvitiya operatora svyazi / I.P. babur // VseukraYinskiy naukovovirobnichiy zhurnal «InnovatsIyna ekonomIka» #4 – 2013S. 345-348.
8. Voronaya N.Yu. Osnovnyie printsipy postroeniya gibkih organizatsionnyih struktur predpriyatiya /N.Yu. Voronaya // Sb. nauch. trudov po materialam mezhd. nauchno-prakt. konf. «Nauchnyie issledovaniya i ih prakticheskoe primenenie. Sovremennoe sostoyanie i puti razvitiya 2009», T.10,ekonomika: – Odessa, 2009. –S. 61-62

Надійшла 13.09.2013; рецензент: д. т. н. Бурименко Ю. І.

## АСПЕКТИ ПІДВИЩЕННЯ ІНФОРМАТИВНОСТІ ІНФОРМАЦІЙНОГО ПРОСТОРУ СИСТЕМИ МОНІТОРИНГУ ЕФЕКТИВНОСТІ ФУНКЦІОНУВАННЯ ПІДПРИЄМСТВА

*Запропоновано підхід до підвищення інформативності інформаційного поля системи моніторингу ефективності функціонування підприємства шляхом формування сукупності інформативних показників ефективності, що базується на використанні статистичних методів зниження розмірності багатовимірному простору та враховує засади багатокритеріальної класифікації під час формування вихідного набору показників.*

*Ключові слова: ефективність функціонування, показники ефективності, інформативність показників.*

## ASPECTS OF INFORMATIVE INCREASING OF INFORMATION SPACE OF EFFICIENCY MONITORING SYSTEM OF ENTERPRISE FUNCTIONING

*The purpose of the article (research) is to offer an approach to forming of informative information space that would provide opportunity to evaluate the efficiency of functioning of the enterprise and its structural elements. Efficiency monitoring of enterprise functioning is a complex task. This requires taking into account a large number of efficiency indicators of various kinds. The analysis of existing methods of selection of informative parameters, in particular, the method of expert estimation and statistical analysis methods was performed in the article. They were proposed to be used as methods of compression of the information space. Separate sections are devoted to the principles of forming of the initial set of likely informative signs based on methods of multi-criteria classification. Forming of the set of likely informative indicators should be viewed from the position of a multi-criteria choice, and then calculate a weight indexes and the relationships between them.*

*Keywords: efficiency functioning, efficiency indicators, the informative value of indicators.*

### Вступ

**Постановка проблеми.** В умовах нестабільної економіки та мінливості зовнішніх умов вдосконалення управління діяльністю підприємства є одним з напрямків підвищення його конкурентоспроможності – системи категорій, що містить такі елементи: ефективність функціонування підприємства, ефективність використання всіх видів ресурсів, ресурсно-вартісний стан тощо [1]. Сучасний стан економіки вимагає нових підходів до управління, підвищуються вимоги до гнучкості управління, так як підприємства перетворюються на складні адаптивні системи. Одним з інструментів управління підприємства, який дозволяє швидко реагувати на зміни зовнішнього середовища, вдосконалювати процес цільовизначення та фінансового планування є моніторинг [2].

Система моніторингу ефективності функціонування підприємства покликана забезпечити усіх осіб, залучених до реалізації виробничої стратегії, ефективно регулювати основні параметри виробничої діяльності, коригувати проекти, що не задовольняють завдання підвищення ефективності його функціонування тощо. Процес управління діяльністю підприємства заснований не лише на знаннях і уміннях керівників, а й на різного роду інформації, що використовується ними для прийняття рішень. Комплекс джерел і засобів збору та обробки інформації є одним з важливих елементів системи управління підприємства. Проте, не лише своєчасність і достовірність управлінської інформації, а й її інформативність є одними з ключових факторів, що забезпечують можливість підвищення рівня ефективності функціонування підприємства, та його конкурентних переваг.

**Аналіз останніх досліджень та публікацій.** Конкурентоспроможність підприємства формується та визначається впливом внутрішніх та зовнішніх факторів. Управління конкурентоспроможністю підприємства слід здійснювати з урахуванням взаємозв'язку зовнішніх та внутрішніх факторів, що в результаті утворює багаторівневу та багатоаспектну систему [1]. Як наслідок, процеси планування та управління потребують великої кількості виробничої інформації та знань [3]. Складність виробничих задач управління виробничими процесами та діяльністю промислового підприємства в цілому потребує інформаційної підтримки як при стратегічному, так і при оперативному плануванні [4]. Традиційні методи і моделі управління діяльністю підприємства не здатні оперативно та адекватно реагувати на коливання зовнішнього і внутрішнього середовища. Це пояснюється відсутністю відповідних систем збору, систематизації й обробки великих обсягів інформації [2]. З метою інформаційного забезпечення аналізу поточної ситуації, прийняття ефективних управлінських рішень, прогнозування динаміки ситуації для визначення майбутніх позитивних (негативних) тенденцій, що вимагають корегування діяльності підприємства, проводиться моніторинг фінансово-економічної діяльності підприємства, який для України є новим діловим інструментом [5].

Система моніторингу стану та ефективності функціонування промислових підприємств представляє широкий комплекс заходів організаційного, методологічного та управлінського характеру. При проведенні моніторингу виникає необхідність одержання інформації, яка є репрезентативною щодо різних об'єктів та різних підзадач моніторингу [6]. Побудова системи фінансового моніторингу на підприємстві передбачає реалізацію певних етапів, перший з яких передбачає формування системи інформаційного забезпечення, яке має містити інформаційні показники, що характеризують внутрішнє та зовнішнє середовище функціонування підприємства, тобто, формується «інформаційне поле», яке дозволяє виокремлювати і розраховувати необхідні підконтрольні показники, створює базу для оцінки відхилень на подальших етапах моніторингу [2].

Отже, формування сукупності основних показників ефективності функціонування підприємства, відбір сукупності інформативних показників та формування на їх базі інформативних факторів або узагальнених показників для включення в систему моніторингу є одним з першочергових завдань.

**Постановка завдання.** На основі аналізу існуючих способів вибору інформативних ознак запропонувати підхід для формування інформативного інформаційного простору, який би забезпечував можливість достовірного розв'язку задачі оцінювання ефективності функціонування всього підприємства як складної виробничої системи та його структурних елементів.

#### Виклад основного матеріалу

Одним з важливих ресурсів підприємства є знання. Область знань про виробничі ресурси, процеси та об'єкти виробництва містить у собі велику кількість різнорідних знань [4]: довідкові знання; знання про виробничі ресурси; знання про прийняття рішень; знання про моделі технологічних процесів; знання про моделі об'єкту виробництва. Інформаційну підтримку прийняття рішень, в тому числі й для слабко структурованих проблем, можуть забезпечити програмні модулі інформаційної технології (ІТ) підтримки процесів управління в інтегрованих автоматизованих системах (ІАС) виробничого призначення: CAD/CAM/CAE (Computer-Aided Design – комп'ютерне проектування / Computer-Aided Manufacturing – комп'ютерне виготовлення / Computer-Aided Engineering – комп'ютерний інженерний аналіз); CAPP (Computer-Aided Process Planning – комп'ютерне планування процесів підготовки виробництва); PDM (Product Data Management – управління даними про виріб); ERP (Enterprise Resource Planning System – планування та управління підприємством); MES (Manufacturing Enterprise Solutions – оперативне управління цеховим і міжцеховим рівнем) та інші [4].

Проте для розв'язку будь-якої задачі необхідним є отримання достовірної та інформативної інформації про об'єкт дослідження, яка може біти різною як за характером, так і за рівнем значимості залежно від виду задачі або її підзадач. Для повного опису знань інформаційна модель бази знань системи моніторингу ефективності функціонування підприємства та процесу управління його діяльністю повинна ґрунтуватися на повному аналізі наявної інформації про об'єкт дослідження та його структурні елементи.

Ефективність функціонування підприємства є комплексною складовою, яка визнається не лише економічно-фінансовою діяльністю, а й ефективністю використання енергетичних, трудових, матеріальних ресурсів, а також ефективності екологічної діяльності, що в умовах дії Кіотського протоколу набуває все більшої ваги. Отже, діяльність промислового підприємства характеризується великою кількістю показників ефективності енергетичного, екологічного, економічного характеру. Різноманіття показників ефективності функціонування та наявність декількох часткових критеріїв, за якими виникає необхідність проводити оцінювання ефективності (ефективність економічно-фінансової діяльності; ефективності енерговикористання, що впливає на енергозатратність продукції; екологічної ефективності технологічного процесу, тощо) ускладнює здійснення швидкого та достатньо точного розв'язку задач оцінювання рівня ефективності функціонування. Тому, виникає потреба формування системи інформативних показників як для вирішення задачі комплексного оцінювання рівня ефективності функціонування в цілому, так і окремих її підзадач.

Важливе місце в методології системного аналізу для розв'язку прикладних задач займають евристичні методи та прийоми, а також принципи та методи експертних процедур, що базуються на використанні інтуїції людини. При формуванні множини інформативних показників вагоме місце займають експертні оцінки значущості та інформативності окремих ознак, які ґрунтуються на мобілізації професійного досвіду експертів, підібраних за принципом компетентності [7], та дозволяють врахувати можливість вимірювання конкретної ознаки, діапазон варіації, трудомісткість збирання інформації. Значимість евристичних методів та прийомів в системному аналізі слідує з ряду важливих факторів. По-перше, задачам системного аналізу властиві такі особливості, як протиріччя та нечіткість цілей, недостовірність, неповнота та неточність вихідної інформації. По-друге, людині є властивим на базі інтуїції та досвіду доповнювати відсутню інформацію шляхом побудови евристичних гіпотез, що є важливим при вирішенні широкого кола системних задач.

Методи експертного оцінювання мають на меті зниження розмірності ознакового простору шляхом відкидання малоінформативних показників за результатами їх рангування. Але при комплексному оцінюванні ефективності функціонування підприємства як складної ієрархічної системи та стратифікованому трактуванні цілей дослідження виникає проблема саме з формуванням вихідного набору

показників, які необхідно приймати до розгляду. Зокрема, виникають складності при формуванні анкети для опитування експертів, оскільки має місце розбіжність думок щодо внесення того або іншого показника в анкету [8], що зумовлює істотні відмінності як у переліку показників, так і їх кількості. Така відмінність може бути зумовлена певними причинами: рівнем автоматизації збору статистичної інформації, що зумовлює відповідне ставлення експертів до можливості реального визначення показника; способом набуття досвіду експерта, який визначається не лише його кваліфікацією, а й місцем здобування досвіду (ієрархічним рівнем складної системи); типом задач, для розв'язку яких здійснюється відбір інформативних показників.

Однією з найважливіших методологічних проблем у теорії багатокритеріального вибору є проблема подолання фактора суб'єктивності в процесі прийняття рішення, яка зумовлена існуванням психологічних особливостей поведінки ОПР, що можуть викликати помилки, зміщення та викривлення переваг і негативно вплинути на якість рішення, що приймається [9]. Серед способів зниження розмірності ознакового простору важливо відзначити методи векторної стратифікації [10], засновані на процедурах побудови структурованого багатокритерійного простору і розбиття його на задане число впорядкованих шарів (страт).

Модель вирішення задачі вибору на основі методу векторної стратифікації має вигляд:

$$M = \langle A, S, F \rangle, \quad (1)$$

де  $A$  – задане формулювання мети;

$S$  – структура критерійно-цільових властивостей;

$F$  – вирішальне правило, функція вибору, комплексний критерій.

Задачу формування сукупності показників для кожного з часткових критеріїв (або підзадач) доцільно розглядати як задачу багатокритерійного вибору, де підґрунтям для вибору виступає кортеж відбіркових критеріїв, які агрегуються в складовий критерій – деякий інтегральний показник, який визначає вибрану особою, що приймає рішення (ОПР), властивість варіантів, що агрегує початкові характеристики. Кожна градація шкали складового критерію є комбінацією оцінок початкових показників.

Задача вибору показників ефективності функціонування підприємства як задачу багатокритерійної порядкової класифікації формулюється так: задано множину альтернатив  $A_1, \dots, A_p$ , оцінених за критеріями  $K_1, \dots, K_m$ . Кожний критерій  $K_i$  має впорядковану дискретну шкалу оцінок  $X_i = \{x_i^1, \dots, x_i^{s_i}\}$ ,  $i=1, \dots, m$ . Задані впорядковані класи  $C_1, \dots, C_q$ . Необхідно розбити початкову сукупність багатоозначових об'єктів по класах.

Підхід базується на досвіді і інтуїції експертів, за сприяння яких може бути вирішена задача агрегації. Експертами формується початковий набір характеристик. Далі ці характеристики об'єднуються в деякі групи за критеріями, що володіють вербальними порядковими шкалами з невеликим числом градацій. Різні комбінації початкових ознак (кортежі оцінок) послідовно агрегуються в менші набори нових ознак, що мають для ОПР певний зміст. При цьому, необхідно розробити мову опису характеристик показників, яка буде схваленою експертами та зрозумілою при здійсненні остаточного вибору [11]. Подібна процедура має ітеративний характер: отримані групи критеріїв можуть бути об'єднані в нові групи (наступний рівень ієрархії) і т.д.

Розв'язок задачі вибору інформативних показників ефективності функціонування підприємства з позицій багатокритерійної класифікації відрізняється від інших задач прийняття рішення відсутністю потреби рангування показників. Достатньо розподілити їх між кількома класами, впорядкованих за ступенем відображення певної властивості.

Після формування інформаційного поля показників, які мають вплив на ефективність функціонування підприємства в цілому, або по окремих підзадачах, виникає необхідність зниження розмірності інформаційного поля показників. Це доцільно здійснити за допомогою багатомірного статистичного аналізу [12].

Нехай, отримано набір показників інформаційного поля, що утворюють  $k$ -вимірний вектор показників  $X = (X_1, X_2, \dots, X_k)^T$ , для якого є можливим здійснити  $n$  спостережень. Наступним кроком в розв'язку задачі є відбір інформативних показників ефективності, та такого (достатньо повного) їх набору, на основі якого би здійснювалась побудова простої математичної моделі і забезпечувалась необхідна точність моделювання та необхідний рівень достовірності отриманих результатів оцінювання для прийняття управлінських рішень, спрямованих на підвищення ефективності функціонування. Необхідно в'яснити, які з показників  $X_1, X_2, \dots, X_k$ , найбільше впливають на ефективність функціонування підприємства загалом та по кожному критерію зокрема. В такій постановці задача відбору інформативних змінних може трактуватися як задача зниження розмірності багатовимірного простору, яка полягає у вираженні великої кількості безпосередньо вимірних вихідних факторів через меншу кількість інформативних показників та внутрішніх характеристик, в тому числі таких, що не спостерігалися безпосередньо. Вважається, що більш емнісні ознаки будуть відображати найбільш істотні властивості об'єкту. Для цього, використовують методи, метою яких є дослідження внутрішньої структури системи  $k$  показників, «стиснення» цієї системи без істотної втрати наявної в ній інформації шляхом виявлення невеликої кількості факторів, що пояснюють змінність та



взаємозв'язки вихідних величин.

Можливе використання двох способів вибору істотних змінних на базі методів статистичного аналізу. До першого належать методи, які дозволяють скоротити розмірність простору без видозміни змінних і засновані на побудові лінійної регресійної моделі. У цьому випадку пошук інформативних змінних здійснюється послідовним виключенням із моделі змінних, а їх віднесення до розряду істотних визначається з урахуванням зміни множинного коефіцієнту кореляції. Реалізація даних методів здійснюється одночасно з побудовою математичної моделі та перевіркою її адекватності, а також кількості неврахованих факторів. До другого способу належать методи, у яких зниження розмірності простору виконується одночасно з його перетворенням. Такими методами є: факторний аналіз, метод головних компонент та канонічний аналіз. Характерною особливістю цього підходу є те, що виконується вибір і оцінка значимості не окремих змінних, а інформативних за сукупністю груп змінних.

Використання вказаних методів забезпечує можливість вирішення таких задач: опис досліджуваної системи кількістю ознак, що є значно меншою за кількість вихідних показників, при цьому виявлені інформативні показники або головні компоненти містять в середньому більше інформації, ніж безпосередньо зафіксовані на об'єкті значення вихідних величин; пошук прихованих, але об'єктивно існуючих взаємозв'язків між показниками ефективності, що мають вплив на рівень ефективності функціонування підприємства або його складових, перевірка гіпотез про взаємозв'язок цих показників, виявлення природи відмінностей між об'єктами; стиснення вихідної інформації, значне зменшення об'ємів інформації, яку необхідно зберігати в базах даних, без істотних втрат інформативності, тощо.

Перевагою методів факторного аналізу є те, що вони дозволяють із значної кількості вихідних факторів, які мають вплив на ефективність функціонування об'єкту дослідження, виділити меншу кількість узагальнюючих факторів, і тим самим спростити математичну модель інформаційного простору.

З числа методів, які дозволяють узагальнювати значення елементарних ознак, метод головних компонент (МГК) відрізняється простою логічною побудовою, дозволяє виявити достатню кількість латентних та характерних факторів і при цьому не вимагає попереднього вибору груп елементарних ознак, що спрощує аналіз. МГК дозволяє здійснити причинне аналізування взаємозв'язків показників та визначення їхнього стохастичного зв'язку з головними компонентами та забезпечує стиснення вихідної інформації, а також можливість побудови рівнянь регресії за узагальненими показниками. МГК дозволяє виявити  $k$  компонент – факторів, що пояснюють всю дисперсію та кореляції вихідних змінних, при цьому, ці компоненти будуються в порядку зменшення частки сумарної дисперсії вихідних величин, яку вони пояснюють, що дає змогу обмежитися кількома першими компонентами. Виявлення інформативного набору впливових факторів МГК передбачає геометричну інтерпретацію результатів відбору, що полегшує трактування результатів.

### Висновки

Для вибору інформативних змінних доцільним є використання як методів експертного оцінювання, так і методів статистичного аналізу. Проте, для кожної задачі необхідним є виявлення на вихідному інформаційному полі показників, які є його достовірним відображенням. Формування сукупності імовірно інформативних показників є передумовою визначення їх ваги та зв'язків між ними. При цьому, проблемою є саме формування вихідного набору показників, які варто приймати до розгляду. Зокрема, виникає розбіжність думок щодо необхідності внесення показника в анкету з метою опитування експертів для ранжування показників тощо. Тому, задачу формування сукупності інформативних показників доцільно розглядати з позицій багатокритерійного вибору, де підґрунтям для вибору виступає сукупність відбіркових характеристик, які агрегуються в складовий критерій, що визначає вибрану ОПР властивість. Такий підхід до вибору показників ефективності функціонування підприємства дозволить не лише сформування систему показників для кожного часткового критерію (без протиріччя між експертами), а й на основі їх агрегування відібрати показники для глобальних критеріїв ефективності функціонування підприємства. Подальше використання методів статистичного аналізу, зокрема, методу головних компонент, забезпечить можливість виявлення прихованих зв'язків між інформативними показниками, що дозволить об'єднати їх в менші набори інформативних характеристик та на їх основі виконати побудову інформативної моделі функціонування підприємства. В результаті, буде забезпечено не лише можливість зменшення розмірності інформаційного простору, а й створено передумови для підвищення інформативності та дієвості процедур моніторингу.

### Література

1. Шемчук Л.О. Конкурентоспроможність підприємства в системі чинників її забезпечення / Л.О. Шемчук // Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. – Хмельницький, 2011. – № 5. – Т.1. – С. 83–86.
2. Ситник Г. Концепція побудови системи фінансового моніторингу на підприємстві / Г. Ситник // Економічний аналіз. – 2011. – Вип. 9. – Ч. 1. – С. 297–301.
3. Кульга К.С. Модели и методы создания интегрированной информационной системы для

автоматизации технической подготовки и управления авиационным и машиностроительным производством : монография / К. С. Кульга, И. А. Кривошеев. – М. : Машиностроение, 2011. – 377 с.

4. Павленко П.М. Розробка технології інформаційної підтримки управління виробничими процесами машинобудівних підприємств / П.М. Павленко, В.В. Трейтяк, С.М. Гайсан // Вимірвальна та обчислювальна техніка в технологічних процесах. – 2012. – № 2. – С. 94–97.

5. Дегтярьова О.М. Оцінка ефективності моніторингу фінансово-економічної діяльності підприємств / О.М. Дегтярьова // Коммунальное хозяйство городов: Научно-технический сборник. – № 75. – С. 406–415.

6. Davydenko V. Peculiar features of information space formation for monitoring of the public water supply enterprise performance / V. Davydenko // Visnik VIEM. – 2012, №3. – PP. 40–47.

7. Грабовецкий Б.Є. Оцінка пріоритетності факторів, що впливають на зростання обсягів реалізації автомобілів, запасних частин, доходу від надання послуг на основі методу експертних оцінок Делфі / Б.Є. Грабовецкий, Л.А. Прицюк // Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. – Хмельницький, 2011. – № 5. – Т. 2. – С. 258–264.

8. Розен В.П. Відбір чинників впливу на рівень ефективності електроспоживання систем водопостачання В.П. Розен, В.А. Давиденко // Вісник Кременчуцького державного політехнічного університету ім. М. Остроградського. – Кременчук : КДПУ, 2009. – Вип. 5/2009 (58). – С. 35–39.

9. Ларичев О.И. Теория и методы принятия решений, а также Хроника событий в Волшебных странах. – М. : Логос, 2006. – 392 с.

10. Глотов В. А. Векторная стратификация / В.А. Глотов, В.В. Павельев. – М. : Наука, 1984. – 94 с.

11. Петровский А. Построение интегральных показателей оценки результативности научных проектов / А. Петровский, Г. Ройзензон, И. Тихонов // International Book Series "Information Science and Computing" – 2009. – number 10. – PP. 59–66.

12. Иберла К. Факторный анализ / К. Иберла. – М. : Статистика.– 1980.– 398 с.

#### References

1. L.O. Shemchuk. Konkurentospromozhnist pidpriemstva v systemi chynnykiv yii zabezpechennia // Visnyk Khmelnytskoho natsionalnoho universytetu. Economical science. Khmelnytsky. 2011. Volume 180. Issue 5. Part. 1. - pp. 83-86. [in Ukrainian]

2. G. Sytnyk. Kontsepsiia pobudovi systemy finansovogo monitoryngu na pidpriemstvi // Ekonomichnyi analiz. - 2011, Volume 9. Part 1. - pp. 297-301. [in Ukrainian]

3. K.S. Kulga. Modeli i metody sozdaniia integrirovanoi informatsionnoi systemy dlia avtomatizatsii tehnichekoj podgotovki i upravleniya aviatsyonnym i mashynostroitelnyim proizvodstvom: Monografiya / K.S. Kulga, I.A. Kryvosheev. - Moskva: Mashynostroyeniye, 2011. – 377 p. [in Russian]

4. P.M. Pavlenko, V.V. Tretyak, S.M. Gaisan. Rozrobka tehnologii informatsiynoi pidtrymki upravlinnia vyrobnychymy procesamy mashynobudivnyh pidpriemstv // Vymiriuvalna ta obchysliuvalna tehnika v tehnologichnyh procesah. – 2012, Issue 2. – pp. 94-97. [in Ukrainian]

5. O.M. Degtiarova. Otsinka efektyvnosti monitoryngu finansovo-ekonomichnoi diyalnosti pidpriemstv // Kommunalnoie hoziaistvo gorodov: Nauchno-tehnicheskii sbornik - Issue 75. - pp. 406-415. [in Ukrainian]

6. V. Davydenko. Peculiar features of information space formation for monitoring of the public water supply enterprise performance // Visnik VIEM. – 2012, Issue 3. – pp. 40-47.

7. B.Є. Grabovetskyi, L.A. Prytsiuk. Otsinka priorytetnosti faktoriv shcho vplyvaiut na zrostannia obsiagiv realizatsii avtomobiliv, zapasnyh chastyh, dohodu vid nadannia poslug na osnovi metodu ekspertnyh otsinok Delfi // Visnyk Khmelnytskoho natsionalnoho universytetu. Economical science. Khmelnytsky. 2011. Volume 180. Issue 5. Part 2. – С. 258-264. [in Ukrainian]

8. V.P. Rozen, V.A. Davydenko. Vidbir chynnykiv vplyvu na riven efektyvnosti elektrospozhyvannia system vodopostachannia // Visnyk Kremenchutskogo derzhavnogo politehnichnogo universytetu im. M.Ostrogradskogo. Kremenchuk. 2009. Volume 58. Issue 5. –pp. 35-39 [in Ukrainian]

9. O.I. Larichev. Teoriya i metody priniatia reshenii, a taksgе Chronika sobytii v Volshebnyh stranah. – М.: Logos, 2006. – 392 p. [in Russian]

10. V.A. Glotov, V.V. Paveliev. Vektornaia stratifikatsiya.— М.: Nauka, 1984. — 94 p. [in Russian]

11. Petrovsky, G. Roizenzon, I. Tikhonov. Postroieniie integralnyh pokazatelei otsenki rezultativnosti nauchnyh projektov // International Book Series "Information Science and Computing"/ - 2009. – number 10. – pp. 59-66. [in Russian]

12. K. Iberla. Faktorny analiz. - Moskva: Statistika.– 1980.– 398 s. [in Russian]

Надійшла 18.09.2013; рецензент: д. т. н. Горбовий А. Ю.

## РОЗВИТОК МЕТОДИЧНИХ ПІДХОДІВ ДО ОЦІНЮВАННЯ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОГО КАПІТАЛУ ПІДПРИЄМСТВА

*В роботі запропоновано методичний підхід до оцінювання інтелектуального капіталу підприємства та наведено авторське групування показників для діагностики структурних складових інтелектуального капіталу підприємства. В результаті використання запропонованих методичних підходів проведено діагностування рівня інтелектуалізації гірничо-збагачувальних комбінатів Кривбасу.*

*Ключові слова: інтелектуальний капітал, рівень інтелектуалізації підприємства, людський капітал, організаційний капітал, ринковий капітал, гірничо-збагачувальний комбінат.*

О. А. NICOLAYCHUK

Kryvyi Rih Economic Institute, Kryvyi Rih National University

## DEVELOPMENT OF METHODOLOGICAL APPROACHES TO ESTIMATION OF ENTERPRISE'S INTELLECTUAL CAPITAL

*The aim of the research is in the theoretic-methodical grounding of the methodical approaches to the estimation of the enterprise's intellectual capital. The methodical approach to the estimation of the enterprise's intellectual capital is offered in the thesis and the author's grouping of indicators for the diagnostics of the enterprise's intellectual capital structural components is presented in the article. In the result of the offered methodical approaches usage, the diagnostics of the intellectualization level of Kryvbas mining-enrichment combines is made. The presented methodical approaches will allow to estimate the level of the enterprise's intellectual capital on the basis of the existing accounting and reporting, to analyze the reasons of its change and to elaborate the measures for the improvement of those component elements, according to which the worst meanings are supervised.*

*Keywords: intellectual capital, the level of enterprise's intellectualization, human capital, organizational capital, market capital, mining-enrichment combine.*

**Вступ.** Формування та розвиток постіндустріальної економіки, зростання ролі інформації та знань у виробничих процесах ставить у пряму залежність економічний прогрес і суспільний розвиток від тотальної інтелектуалізації життя населення. Інтелектуальна діяльність стає необхідною умовою економічного поступу, а інтелектуальний капітал – найважливішим та найціннішим ресурсом для досягнення цієї мети. У таких умовах виникає проблема оцінки цього виду ресурсу, його кількісного виміру.

**Постановка проблеми.** Розробка методів оцінки інтелектуального капіталу на сьогодні перебуває в стані досить стрімкого розвитку. Так, методи та методика дослідження інтелектуального капіталу розглянуті в працях вітчизняних та зарубіжних науковців: Білоус Н.Б. [1], Брукінг Е. [2], Кендохова О.В. [3], Назаренка І.Л. [4], Прокопенко О.В., Школи В.Ю., Щербаченко В.О. [6], Рууса Й., Пайка С., Фернстрема Л. [7], Швиданенко Г.О., Шевчук Н.В. [8] та ін. Але незважаючи на значну кількість праць, присвячених цій проблемі у вітчизняній і особливо в зарубіжній літературі, проблема є невирішеною. Більше того, не існує загальноєвропейської методики оцінки інтелектуального капіталу підприємства з врахуванням головних чинників впливу. Тому методичні проблеми оцінювання інтелектуального капіталу підприємства вимагають подальшого наукового дослідження та практичної апробації.

**Цілі та завдання статті.** Мета статті полягає у теоретико-методологічному обґрунтуванні методичних підходів до оцінювання інтелектуального капіталу підприємства та її практичної апробації в умовах гірничо-збагачувальних підприємств Кривбасу.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** Проведений нами критичний аналіз досліджень науковців щодо створення системи показників для економічного оцінювання інтелектуального капіталу підприємства показав відсутність усталених наукових підходів до переліку та складу показників, залишення поза увагою окремих складових інтелектуального капіталу, дублювання показників та існування між ними функціональних зв'язків, незрозумілість, складність, а інколи – і неможливість розрахунку окремих показників [5]. Отже, на нашу думку, досліджені системи показників оцінювання інтелектуального капіталу підприємства не завжди є комплексними, так як не в повній мірі враховують вплив основних показників на ІК підприємства.

Також для аналізу інтелектуального капіталу підприємства є необхідним побудова комплексного показника, що характеризував би всі аспекти його структурних складових. Найбільш відповідною для виміру інтелектуального капіталу є, на нашу думку, інтегральна оцінка, яка враховувала б всі його визначальні компоненти. За авторським баченням, комплексний показник інтелектуалізації підприємства ІК є середньоарифметичним комплексних показників людського (ІЛК), організаційного (ІОК) та ринкового капіталів (ІРК):

$$ІК = (ІЛК + ІОК + ІРК) / 3, \quad (1)$$

Комплексні показники людського, організаційного та ринкового капіталів підприємства розраховуються за методикою багатомірної зваженої середньої:

$$I_{\text{ЛК}} = \sum W_i P_i, \quad (2)$$

де  $W_i$  – вага  $i$ -ї внутрішньої підсистеми інтегрального показника;  
 $i$  – номер відповідної підсистеми.

$$P_i = \sum_{j=1}^k P_{if}, \quad (3)$$

де  $P_i$  – сума внутрішніх нормованих індикаторів  $i$ -ї підсистеми для підприємства;  
 $f$  – номер внутрішнього індикатора;  
 $k$  – число внутрішніх індикаторів;  
 $P_{if}$  – нормоване значення  $f$ -го індикатора  $i$ -ї підсистеми підприємства.

Нормування вихідних показників для приведення їх у співставлений вигляд з урахуванням стимуляторів та дестимуляторів рівня інтегрального показника проводиться за такою схемою:

Для стимуляторів:

$$P_{if} = \frac{X_{if}}{X_{if}^{\max}}, \quad (4)$$

Для дестимуляторів:

$$P_{if} = \frac{X_{if}^{\min}}{X_{if}}, \quad (5)$$

для  $X_{if}$  – фактичне значення  $f$ -го індикатора  $i$ -ї підсистеми.

При нормуванні індикаторів найбільше та найменше значення обираються на основі змістовного аналізу та тенденції до їх змін, які склалися. При цьому для співставленості ці значення використовуються для всього періоду, що аналізується.

На основі даних висновків, з врахуванням узагальнення точок зору науковців та наявності відповідних статистичних даних для розрахунку показників, нами було відокремлено основні фактори, що впливають на формування, функціонування та розвиток інтелектуального капіталу підприємства. З врахуванням впливу зазначених вище чинників нами пропонується комплексна система показників для економічного оцінювання ІК підприємства, яка на відміну від існуючих більш повно враховує всі визначальні компоненти ІК (рис. 1).

Якісні оцінки переваг одного параметра над іншим трансформують у кількісні оцінки за допомогою десятибальної шкали (табл. 2).

За результатами опитувань експертів будують матрицю попарних показників, в якій параметр рядка порівнюють з кожним параметром стовпчика (табл. 3).

Для розрахунку вагових коефіцієнтів кожної  $i$ -ї підсистеми на основі визначених оцінок в матриці попарних порівнянь базується власний вектор за кожною підсистемою як середня геометрична з оцінок значимості кожної підсистеми  $\bar{W}_i$ :

$$\bar{W}_i = \sqrt[n]{W_1 \cdot W_2 \cdot \dots \cdot W_n}, \quad (4)$$

та нормований вектор ( $W_i$ ) за співвідношенням:

$$W_i = \frac{\bar{W}_i}{\sum_{i=1}^n W_i}. \quad (5)$$

Елементи нормованого вектора  $W_i$  є ваговими коефіцієнтами  $i$ -ї підсистеми при визначенні комплексного показника ІК підприємства. При визначенні вагомості параметрів враховують специфіку галузі, розміри підприємства, наявність інтеграційних зв'язків, рівень залучення підприємства до інноваційної діяльності, особливості персоналу та збутової діяльності підприємства і т.д.

**Показники економічного оцінювання структурних складових інтелектуального капіталу для побудови комплексного показника рівня інтелектуалізації підприємства**

| Людський капітал   | Організаційний капітал   | Ринковий капітал  |
|--|--|---|
| <p><i>Професійно-кваліфікаційні характеристики</i></p> <p>X11. Частка працівників з вищою освітою та середньою спеціальною освітою в чисельності персоналу.</p> <p>X12. Частка працівників, що мають науковий ступінь (в розрахунку на 1000 працюючих).</p> <p>X13. Середній вік працівників.</p> <p>X14. Свйвідношення середнього розряду основних робітників та середнього розряду робіт.</p> <p>X15. Середній стаж роботи на підприємстві.</p> <p><i>Показники розвитку персоналу</i></p> <p>X16. Питома вага працівників, що пройшли навчання, перепідготовку та підвищення кваліфікації;</p> <p>X17. Кількість часу, що витрачений на навчання, підготовку, перепідготовку, підвищення кваліфікації на 1 працівника;</p> <p>X18. Витрати на навчання, підготовку, перепідготовку, підвищення кваліфікації на 1 працівника.</p> <p><i>Творчі здібності працівників</i></p> <p>X19. Частка винахідників та раціоналізаторів у чисельності персоналу;</p> <p>X20. Показник винахідницької (раціоналізаторської) активності персоналу/</p> <p><i>Відданість співробітників підприємству</i></p> <p>X21. Коефіцієнт плинності</p> <p><i>Показники ефективності</i></p> <p>X22. Прибуток на одного працівника;</p> <p>X23. Коефіцієнт використання робочого часу.</p> <p><i>Показники стимулювання праці</i></p> <p>X24. Середньомісячна зарплата працівника.</p> | <p><i>Розвиток та стимулювання інноваційної діяльності</i></p> <p>X25. Питома вага нової продукції в загальному обсязі реалізації, %;</p> <p>X26. Витрати на інновації в % до реалізованої продукції;</p> <p>X27. Частка авторської винагороди у ФОП, %;</p> <p>X28. Рівень унікальності технологій;</p> <p>X29. Економічний ефект від впровадження інновацій у % до реалізації продукції.</p> <p><i>Рівень використання нематеріальних активів</i></p> <p>X30. Кількість винаходів, рацпропозицій;</p> <p>X31. Частка нематеріальних активів у балансовій вартості підприємства;</p> <p>X32. Економічний ефект від винаходів (рацпропозицій) до реалізованої продукції.</p> <p><i>Рівень розвитку інформаційної системи</i></p> <p>X33. Витрати на інформаційні технології у % до реалізації продукції;</p> <p>X34. Рівень оснащення сучасними інформаційними системами;</p> <p>X35. Витрати на інформаційні технології на одного співробітника.</p> <p><i>Рівень розвитку адміністративної системи</i></p> <p>X36. Адміністративні витрати на одного співробітника;</p> <p>X37. Питома вага адміністративних витрат у реалізованій продукції, %.</p> | <p><i>Рівень розвитку ринкових позицій підприємства</i></p> <p>X38. Частка ринку підприємства;</p> <p>X39. Частка експорту в загальному обсязі реалізації;</p> <p><i>Специфіка відносин з клієнтами</i></p> <p>X40. Частка постійних клієнтів у загальній кількості клієнтів;</p> <p>X41. Тривалість відносин з клієнтами;</p> <p>X42. Витрати на залучення, утримання і розвиток клієнтів у % до реалізації;</p> <p>X43. Частка прибутку від постійних клієнтів.</p> <p><i>Відносини з партнерами</i></p> <p>X44. Кількість постійних партнерів;</p> <p>X45. Частка обсягів ТМЦ, що надходять від постійних партнерів;</p> <p>X46. Тривалість відносин з партнерами;</p> <p>X47. Витрати на залучення, утримання і розвиток партнерських відносин у % до обсягу закупівлі ТМЦ.</p> |

Таблиця 2

**Шкала трансформації якісних оцінок переваги одного показника над іншим в кількісні оцінки**

| Вагомість першого показника           | Кількісна оцінка |
|---------------------------------------|------------------|
| дорівнює вагомості другого            | 2                |
| ненабагато більше вагомості другого   | 4                |
| більше вагомості другого              | 6                |
| набагато більше другого               | 8                |
| абсолютне значення порівняно з другим | 10               |

Таблиця 3

**Порівняння вагомості параметрів**

|       | $P_1$         | $P_2$         | ... | $P_j$         |
|-------|---------------|---------------|-----|---------------|
| $P_1$ | 1             | $\alpha_{12}$ | ... | $\alpha_{1j}$ |
| $P_2$ | $\alpha_{21}$ | 1             | ... | $\alpha_{2j}$ |
| ...   | ...           | ...           | 1   | ...           |
| $P_j$ | $\alpha_{j1}$ | $\alpha_{j2}$ | ... | 1             |

Аналіз динаміки комплексного показника інтелектуалізації підприємства протягом деякого періоду часу (наприклад, трьох років), дозволяє виявити рівень розвитку інтелектуального капіталу та його структурних елементів, визначити резерви його оптимізації та визначити напрямки для концентрації зусиль в управлінні інтелектуальним капіталом. Окрім того, за допомогою даного показника є можливим порівняння одного підприємства і з іншими.

Отже, запропоновані нами методичні підходи до діагностики стану інтелектуального капіталу на основі комплексного показника інтелектуалізації підприємства (рис. 1) базується на основі поєднання принципів системного та структурно-функціонального аналізів. Представлена методологія забезпечує комплексність оцінювання інтелектуального капіталу в цілому та окремих його елементів і характеристик.



Рис. 1. Методичні підходи до здійснення діагностики інтелектуального капіталу на основі комплексного показника рівня інтелектуалізації підприємства

На основі запропонованих методичних підходів було досліджено інтелектуальний капітал гірничо-збагачувальних комбінатів Кривбасу (далі – ГЗК), що займаються видобутком та збагаченням залізорудної сировини. В якості еталонних значень залежно від характеру чинника впливу – стимулятор чи дестимулятор – обиралися відповідно найбільші чи найменші значення на ГЗК протягом досліджуваного періоду. Слід також зазначити, що у зв'язку з відсутністю даних окремі показники не розраховувалися та не приймалися до уваги при побудові комплексного показника рівня інтелектуалізації підприємства (були виключені показники рівень оснащення сучасними інформаційними технологіями, тривалість відносин з клієнтами, тривалість відносин з партнерами тощо). З врахуванням розрахунку вагових коефіцієнтів були отримані наступні моделі для розрахунку комплексних показників структурних складових інтелектуального капіталу на ГЗК Кривбасу:

для людського капіталу:

$$\begin{aligned}
 ІЛК = & 0,02 * X_{11} + 0,01 * X_{13} + 0,02 * X_{14} + 0,02 * X_{15} + 0,04 * X_{16} + 0,05 * X_{17} + 0,1 * X_{18} + 0,08 * X_{19} + \\
 & + 0,19 * X_{20} + 0,01 * X_{21} + 0,32 * X_{22} + 0,03 * X_{23} + 0,12 * X_{24},
 \end{aligned}
 \tag{6}$$

для організаційного капіталу:

$$IOK = 0,04 * X_{25} + 0,14 * X_{26} + 0,06 * X_{27} + 0,07 * X_{30} + 0,03 * X_{31} + 0,47 * X_{32} + 0,19 * X_{33} + 0,01 * X_{36}, \quad (7)$$

для ринкового капіталу:

$$IPK = 0,09 * X_{38} + 0,09 * X_{39} + 0,24 * X_{40} + 0,04 * X_{42} + 0,42 * X_{43} + 0,12 * X_{45}. \quad (8)$$

На основі формул 6–8 були розраховані комплексні показники за структурними елементами інтелектуального капіталу. Так, оцінка комплексного показника людського капіталу на ГЗК Кривбасу представлена на рис. 2.

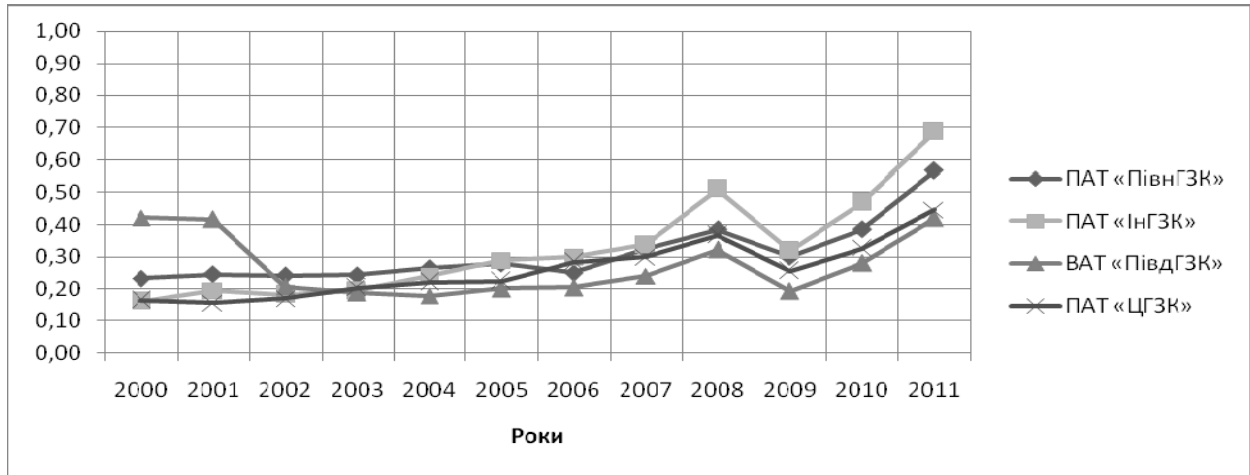


Рис. 2. Динаміка комплексного показника людського капіталу на ГЗК Кривбасу в 2000–2011 рр.

Отже, зміна комплексного показника людського капіталу відбувається нерівномірно, має періоди піки зростання (в 2008 р. та 2011 р.) та піки скорочення (2001 р. та 2009 р.). До позитивних тенденцій слід віднести зростання комплексного показника людського капіталу на кінець досліджуваного періоду, особливо помітним є приріст в 2010–2011 рр. Але одиниці даний показник протягом всього досліджуваного періоду не досягає (значення показника коливаються в межах 0,16–0,7), що свідчить про невідповідність фактичних значень еталонним показникам та вказує на значні проблеми в управлінні людською складовою інтелектуального капіталу на зазначених підприємствах.

Динаміка комплексного показника організаційного капіталу підприємства наведена на рис. 3.

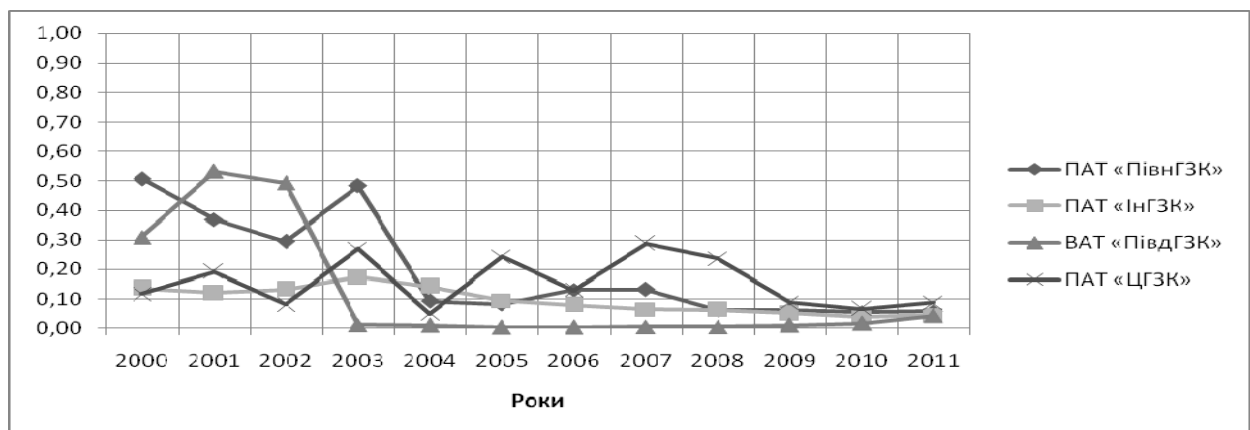


Рис. 3. Динаміка комплексного показника організаційного капіталу на ГЗК Кривбасу в 2000–2011 рр.

Можна констатувати наявну тенденцію погіршення комплексного показника організаційного капіталу на досліджуваних підприємствах починаючи з 2003 р., хоча й спостерігалися деякі періоди поживлення в зміні показника (2001 р., 2003 р., 2005 р., 2007 р.). Починаючи з 2008 р. чітко намітилася тенденція скорочення даного показника на всіх досліджуваних гірничо-збагачувальних комбінатах. Протягом всього досліджуваного періоду є наявним невідповідність фактичного рівня показника еталонним значенням, значення показника коливаються в межах 0–0,5. Однак слід відмітити, що на кінець періоду

спостереження ситуація значно погіршилася: в порівнянні з 2000 р. зменшення рівня комплексного показника організаційного капіталу складає на ПАТ «ПівнГЗК» – 8,7 рази, на ВАТ «ПівдГЗК» – 7,3 рази, на ПАТ «ІнГЗК» – 3 рази, на ПАТ «ЦГЗК» – 1,3 рази, що вказує на значні негаразди в управлінні даною складовою інтелектуального капіталу.

Щодо комплексного показника ринкового капіталу підприємства, то динаміка його зміни приведена на рис. 4.

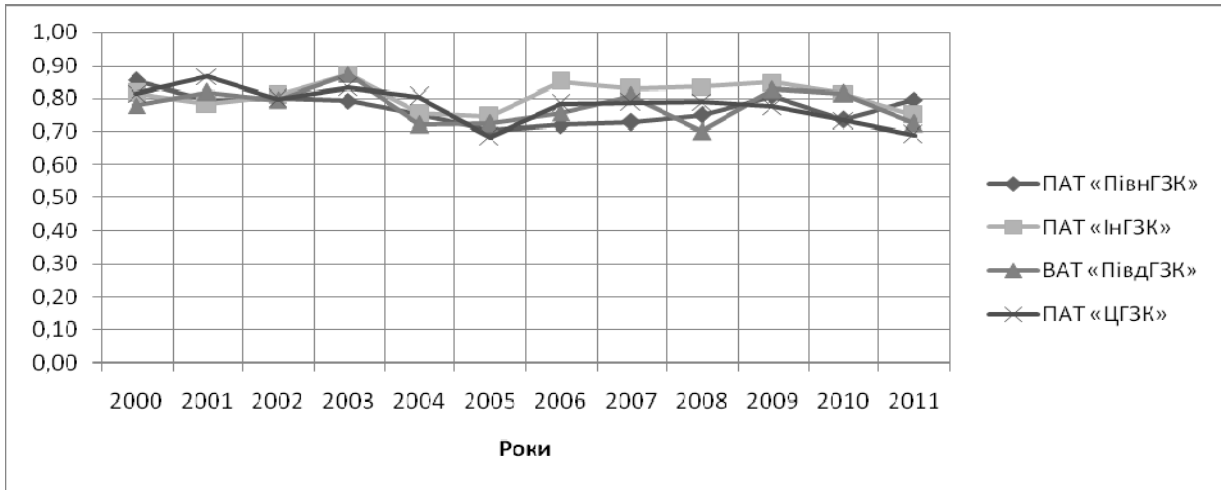


Рис. 4. Динаміка комплексного показника ринкового капіталу на ГЗК Кривбасу в 2000–2011 рр.

Отже, характер зміни комплексного показника ринкового капіталу не є стійким, наявні періоди поживлення в прирості на всіх ГЗК (2003 р., 2006 р.) та періоди значного спаду (2002 р., 2005 р., 2008 р.). Значення даного показника коливаються в межах 0,7–0,86, що є близьким до 1 та свідчить про високий потенціал розвитку ринкового капіталу на всіх ГЗК Кривбасу.

Далі були розраховані комплексні показники рівня інтелектуалізації на ГЗК Кривбасу, динаміка яких представлена на рис. 5.

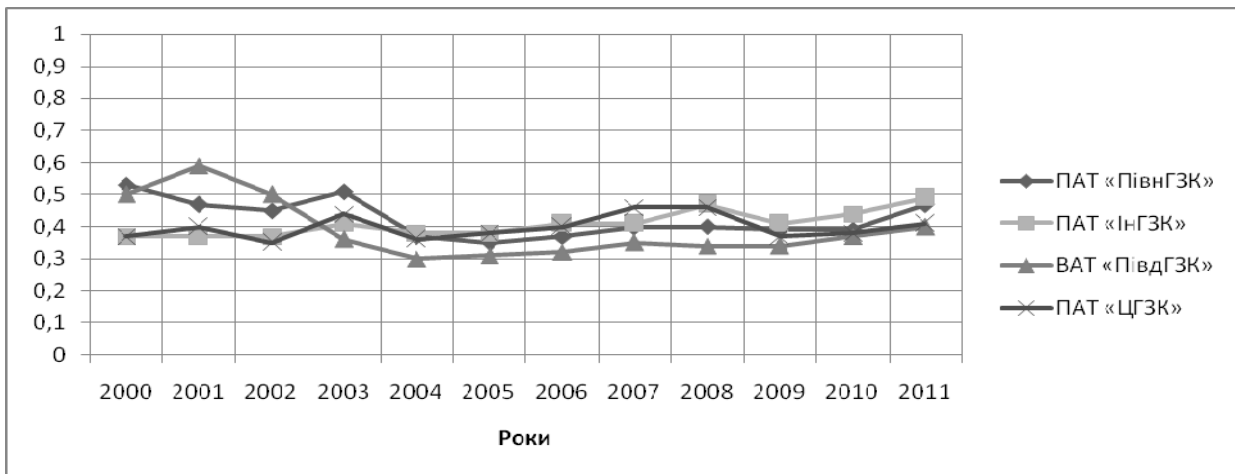


Рис. 5. Динаміка комплексного показника рівня інтелектуалізації на ГЗК Кривбасу в 2000–2011 рр.

Отже, рівень інтелектуалізації ГЗК Кривбасу є невисоким: значення показника коливаються в межах 0,4–0,6. Характерними є періоди значного приросту (2001 р., 2008 р., 2011 р.) та піки зменшення (2002 р., 2004 р., 2009 р.). Позитивним є суттєве збільшення рівня інтелектуалізації на всіх ГЗК Кривбасу починаючи з 2010 р.

#### Висновки

Таким чином, в даному дослідженні обґрунтовано методичні підходи до оцінювання інтелектуального капіталу підприємства на основі побудови комплексного показника рівня інтелектуалізації підприємства з врахуванням визначення відповідності індивідуальних параметрів його структурних складових еталонним значенням. Представлені нами методичні підходи дозволять на базі існуючого обліку і звітностей оцінити рівень інтелектуального капіталу підприємства, проаналізувати причини його зміни та розробити заходи по покращенню саме тих складових елементів, за якими спостерігаються найгірші



значення. Проведена нами апробація методичних підходів до діагностування рівня інтелектуалізації підприємства на базі ГЗК Кривбасу показала її придатність до застосування та дозволила виявити стратегічні прогалини в управлінні окремими складовими інтелектуального капіталу.

Напрямами подальших досліджень може стати удосконалення методичних підходів як з точки зору врахування різної значущості показників, так і з врахуванням галузевої спрямованості підприємства. Також напрямком подальших досліджень може стати створення організаційно-економічного механізму забезпечення зростання та підвищення ефективності використання інтелектуального капіталу підприємств, в т.ч. на досліджених ГЗК Кривбасу.

### Література

1. Білоус Н.Б. Формування показників оцінювання ефективності функціонування інтелектуального капіталу машинобудівного підприємства / Н.Б. Білоус // Наук. вісник НЛТУУ : зб. наук.-техн. праць. – Львів : НЛТУ України, 2008. – Вип. 18.1. – С. 91–95.
2. Брукинг Э. Интеллектуальный капитал / Э. Брукинг ; [ пер. с англ. / под ред. Л.Н. Ковалик]. – СПб : Питер, 2001. – 288 с.
3. Кендюхов О.В. Організаційно-економічний механізм управління інтелектуальним капіталом підприємства : автореферат дис. на здобуття наук. ступеня докт. економ. наук : спец. 08.00.04 «Економіка та управління підприємствами (переробна промисловість)» / О.В. Кендюхов. – Донецьк : Інститут економіки промисловості НАН України, 2007. – 31 с.
4. Назаренко І.Л. Методика оцінки інтелектуального капіталу лінійних підприємств залізничного транспорту / І.Л. Назаренко, О.Т. Мороз // Вісник економіки транспорту і промисловості. – 2011. – № 34. – С. 307–315.
5. Ніколайчук О.А. Методичні підходи до побудови комплексного показника оцінювання рівня інтелектуалізації підприємства / О.А. Ніколайчук // Особенности развития регионов Украины в новых экономических условиях : Материалы IV Всеукраинской научной web-конференции молодых ученых, 7 марта 2013 г. – Симферополь : «ДИАИПИ», 2013. – С. 224–225.
6. Прокопенко О.В. Інтелектуальний капітал як базис національної економічної системи / О.В. Прокопенко, В.Ю. Школа, В.О. Щербаченко // Вісник Донецького університету економіки та права. – 2011. – № 2. – С. 31–36.
7. Руус Й. Интеллектуальный капитал: практика управления / Й. Руус, С. Пайк, Л.Фернстрем ; [пер. с англ. / под. ред. В.К. Дерманова]. – Санкт-Петербург : «Высшая школа менеджмента», 2010. – 436 с.
8. Швиданенко Г.О. Управління капіталом підприємства : [навч. посібник] / Г.О. Швиданенко, Н.В. Шевчук. – К. : КНЕУ, 2007. – 441 с.

### References

1. Bilous N.B. Formuvanny pokaznykiv ocinuvannya efektyvnosti funkcionuvannya intelektualnogo kapitalu mashinobudivnogo pidpriemstva / N.B. Bilous // Nauk. Visnyk NLTUU: zb. Nauk.-techn. Prac/ - Lviv: NLTUU Ukraine, 2008. – Issue 18.1. – p.91–95
2. Brukyh E. Intellektualnyi kapytal/ E. Brukyh/ [ Per. s anhl. pod red. L. N. Kovalyk].– SPb.: Pyter, 2001.– 288 p.
3. Kendiukhov O.V. Orhanizatsiino-ekonomichniy mekhanizm upravlinnia intelektualnym kapitalom pidpriemstva: avtoreferat dys. na zdobuttia nauk. stupenia dokt. ekonom. nauk: spets. 08.00.04 «Ekonomika ta upravlinnia pidpriemstvamy (pererobna promyslovist)». / O.V. Kendiukhov. – Donetsk, Instytut ekonomiky promyslovosti NAN Ukrainy, 2007. -31 p.
4. Nazarenko I.L. Metodyka otsinky intelektualnoho kapitalu liniinykh pidpriemstv zaliznychnoho transportu / I.L. Nazarenko, O.T. Moroz // Visnyk ekonomiky transportu i promyslovosti, 2011 - Issue 34 – p. 307-315.
5. Nikolaychuk O.A. Metodychni pidkhody do pobudovy kompleksnoho pokaznyka otsiniuvannya rivnia intelektualizatsii pidpriemstva / O.A. Nikolaychuk //Osobennosti razvytyia rehyonov Ukrayny v novykh eknomycheskykh uslovyakh – Materyaly IV Vseukraynskoi nauchnoi web-konferentsyy molody'kh ucheny'kh, 7 marta 2013 h. – Symferopol, «DYAIPY», 2013. – P. 224-225.
6. Prokopenko O.V. Intelektualnyi kapital yak bazys natsionalnoi ekonomichnoi systemy / O.V. Prokopenko, V.Yu. Shkola, V.O. Shcherbachenko //Visnyk Donetskoho universytetu ekonomiky ta prava - 2011, Issue 2 – P. 31-36.
7. Ruus Y. Yntellektualnyi kapytal: praktyka upravleniya / Y. Ruus, S. Paik, L.Fernstrem / [ per. s anhl. pod. red. V.K. Dermanova]. – Sankt-Peterburh: «Vysshaiia shkola menedzhmenta», 2010. - 436 p.
8. Shvydanenko H.O., Shevchuk N.V. Upravlinnia kapitalom pidpriemstva: [navch. posibnyk] / H.O. Shvydanenko, N.V. Shevchuk – K.: KNEU, 2007 – 441 p.

Надійшла 10.09.2013; рецензент: д. е. н. Гушко С. В.

## МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ ЦІННІСНО-ОРІЄНТОВАНОГО УПРАВЛІННЯ ТОРГОВЕЛЬНИМ ПІДПРИЄМСТВОМ

*У статті досліджено методологічні засади ціннісно-орієнтованого управління торговельним підприємством. Розглянуто основні принципи та методи ціннісно-орієнтованого управління торговельним підприємством.*

*Ключові слова: ціннісно-орієнтоване управління, торговельне підприємство, функціонально-вартісний аналіз, система збалансованих показників, ланцюг цінності, мережа цінності.*

A. M. ROZMAN

Chernivtsi Trade and Economics Institute KNTEU

## METHODOLOGICAL BASIS OF VALUE-BASED MANAGEMENT OF A TRADE ENTERPRISE

*The aim of the research is to study and summarize the methodological basis of value-based management of a trade enterprise. The article deals with the basic principles and methods of value-based management. The main principles of value-based management of a trade enterprise should include making strategic decisions that will add value to the enterprise, even at the expense of lower profits in the short run, the recognition and tracking of active stakeholder interests, reliability, usability, consumerism and so on. The article examines peculiarities of using the following methods: a Value Analysis, Balanced Scorecard, the method of creating value based on the value chain and so on. In summary, we note that all the above methods of value-based management are not mutually exclusive, and serve as instruments measuring different types of values that are created as a result of this activity. In this regard, in order to achieve high efficiency of value-based management of a trade enterprise, it is necessary to combine the use of these techniques and tools. This will lead to synergistic effect and satisfaction of expectations of all participants of economic relations.*

*Keywords: value-based management, trade enterprise, functional cost analysis, balanced scorecard, value chain, value network.*

**Постановка задачі.** Характерними рисами середовища функціонування сучасних підприємств є невизначеність та динамічність, які обумовлюють необхідність пошуку та застосування новітніх технологій управління, здатних простояти загостреній конкурентній боротьбі та забезпечити конструктивний розвиток. Серед відомих сьогодні управлінських концепцій все більшої популярності набуває ціннісно-орієнтований підхід, успішне застосування якого дає змогу підвищити цінність підприємства у довгостроковій перспективі та отримати перевагу над компаніями аналогічних галузей через використання більш ефективної системи організації бізнесу. Відомими компаніями, які успішно запровадили систему ціннісно-орієнтованого управління, є «Coca-Cola», «Bayer», «SPX», «Herman Miller», «Equifax», «Hasco» [1, 2]. На підприємствах, що використовують принципи ціннісно-орієнтованого управління, у порівнянні з підприємствами з традиційними системами управління, спостерігається покращення таких характеристик, як прозорість щодо створення і руйнування цінності в компанії (на 87%), зацікавленість працівників у створенні цінності (на 87%), ефективність використання ресурсів (на 82%), збільшення доходів порівняно з конкурентами (на 73%), більш ретельне планування інвестицій (на 69%), орієнтація на довгострокову, а не миттєву вигоду (на 68%) [3]. Висока результативність концепції визначає її потенційну привабливість для застосування у сфері торгівлі, яка посідає провідне місце серед галузей, що формують основи стабільності української економіки. Важливою умовою ефективного використання основних положень ціннісно-орієнтованого управління в торгівлі є розробка методології ціннісно-орієнтованого управління торговельним підприємством.

**Аналіз досліджень та публікацій.** Методологічні основи ціннісно-орієнтованого управління підприємствами були сформульовані у працях Т. Коллера, Т. Коупленда, Дж. Муррина, А. Раппопорта [4] та Б. Стюарта. У подальшому вагомий внесок у дослідження проблеми внесли Г. Арнольд, А. Блек, Дж. Бечмен, Дж. Грант, С. Джарел, Дж. Девіс, К. Ітнер, Д. Лакер, П. Райт, М. Скотт та ін. Серед українських та російських науковців теоретичні передумови формування ціннісно-орієнтованого управління досліджували М. Бойко [5, 6], Д. Волков, І. Івашковська, О. Мендрул, В. Паламарчук, В. Панков, М. Чумаченко та ін.

**Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми, котрим присвячується стаття.** Незважаючи на значний обсяг наукових досліджень з питань ціннісно-орієнтованого управління, практично не дослідженою є специфіка застосування ціннісно-орієнтованого підходу в управлінні торговельним підприємством.

Метою статті є дослідження методологічних засад ціннісно-орієнтованого управління підприємством торгівлі.

**Виклад основного матеріалу.** Вирішуючи завдання формування методологічних засад ціннісно-орієнтованого управління торговельним підприємством необхідно зазначити, що в сучасній економічній

літературі не визначено критерію вибору найбільш оптимального науково-методичного підходу до дослідження методологічної сутності концепцій управління. Кожен з них (системний, ситуаційний, функціональний, процесний та ін.) є вагомим науковою платформою, яка надає можливість визначати, аналізувати і формувати процеси управління на підприємствах [6, с. 81]. У зв'язку з цим дослідження методологічних основ ціннісно-орієнтованого управління торговельним підприємством повинне базуватися на використанні різних підходів, а також їх комбінацій.

Розгляд методологічних засад ціннісно-орієнтованого управління торговельним підприємством з позицій системного підходу потребує вивчення основних елементів, що становлять його структуру, а саме: суб'єкта та об'єкта, принципів, стратегічної мети і методів її реалізації.

Суб'єктами ціннісно-орієнтованого управління є структурно-визначені об'єднання людей і керівники на персональному рівні, здатні впливати на створення та нарощування цінності підприємства. Такими суб'єктами на торговельному підприємстві можуть бути, наприклад, власник, менеджери, торговий персонал.

Об'єкти ціннісно-орієнтованого управління – це елементи структури системи управління та виробничі процеси, на які спрямований вплив суб'єктів управління. В торгівлі такими об'єктами є: бізнес-процеси підприємства, товари та послуги, що пропонуються покупцям, працівники, клієнтська база, імідж, взаємовідносини із зацікавленими сторонами тощо.

Базові принципи ціннісно-орієнтованого управління відображають дії, спрямовані на досягнення максимальної цінності підприємства для власників (інвесторів, акціонерів). Основними з них є: відсутність націленості на швидкий прибуток; ухвалення стратегічних рішень, які підвищують цінність підприємства, навіть за рахунок зниження прибутку в короткостроковому періоді; вкладання коштів у активи, які підвищують цінність підприємства; відповідальність керівників за ризики, на які вони наражають акціонерів; забезпечення інвесторів повною та об'єктивною інформацією, яка стосується цінності підприємства та ін. [4]. Оскільки діяльність торговельного підприємства залежить від дій багатьох учасників економічних відносин (клієнтів, конкурентів, постачальників, персоналу підприємства, фінансових партнерів, суспільства загалом), кожен з яких намагається відстоювати власні інтереси, посилювати вплив на прийняття стратегічних та тактичних рішень, вступати в обмін з метою отримання необхідних ресурсів, виникає необхідність застосування принципів управління, які забезпечують досягнення ефективної взаємодії між керівниками підприємств та ключовими зацікавленими сторонами. Такими принципами є: визнання та активне відслідковування інтересів зацікавлених сторін; співпраця з іншими організаціями, як громадськими, так і приватними, для мінімізації та компенсації ризиків і збитків, пов'язаних з корпоративною діяльністю; уникнення діяльності, яка може поставити під загрозу невід'ємні права людини; вирішення конфліктів із зацікавленими сторонами шляхом відкритого спілкування, відповідної звітності, системи матеріального стимулювання і, в разі необхідності, аналізу з боку третіх осіб та ін. [7]. З метою максимізації соціально-економічної цінності торговельного підприємства управління ним необхідно здійснювати із застосуванням принципів пріоритету людського чинника; мінімізації соціально-психологічного спротиву; достовірності; застосовності [5, с. 6].

Враховуючи специфіку торговельної діяльності, пропонуємо розширити перелік принципів ціннісно-орієнтованого управління торговельним підприємством наступними:

- принцип орієнтації на створення і підтримку довгострокових зв'язків з клієнтами (передбачає регулярний аналіз клієнтської бази; якісне обслуговування; розробку програм лояльності);
- принцип орієнтації на встановлення ефективних відносин з учасниками каналу розподілу (взаємозалежність учасників каналу розподілу один від одного вимагає від них надійності, чесності, довіри у відносинах та обміну інформацією);
- принцип етики здійснення продаж (недопущення таких дій, як: підвищення цін на дефіцитні продукти, продаж алкоголю та тютюнових виробів неповнолітнім, змінювання інформації про термін придатності товару на упаковці тощо);
- принцип конс'юмеризму (захисту прав споживачів).

Стратегічною метою ціннісно-орієнтованого управління є максимізація цінності торговельного підприємства у довгостроковій перспективі.

Реалізація поставленої мети здійснюється із використанням таких методів, як функціонально-вартісний аналіз, технологія збалансованої системи показників, метод створення цінності на основі ланцюга цінності та ін. Розглянемо особливості використання кожного з цих методів при управлінні торговельним підприємством.

З позицій системно-функціонального підходу одним з важливих резервів підвищення цінності підприємства за рахунок економії витрат та підвищення ефективності діяльності є функціонально-вартісний аналіз (ФВА). Даний метод комплексного техніко-економічного дослідження об'єкта застосовується з метою розвитку його корисних функцій при оптимальному співвідношенні між їх значимістю для споживача і витратами на їх здійснення [8]. В економічно розвинених країнах велика кількість підприємств використовує методологію функціонально-вартісного аналізу як практичну частину системи менеджменту якості, яка найбільш повно відповідає принципам стандартів серії ISO 9000. Характерною рисою ФВА є його висока ефективність.

Як показує практика, правильне застосування методу забезпечує зниження витрат виробництва в середньому на 20–25% [9]. Методологія ФВА вперше була апробована американською корпорацією «General Electric». Використання методу дозволило фірмі за перші 17 років (з 1947 по 1964 рік) заощадити в результаті зниження витрат виробництва 200 млн доларів [10]. Серед найбільших компаній світу методологію ФВА в даний час застосовують: «Boeing», «BP Amoco», «DuPont Co.», «Fiat», «General Electric», «General Motors Corp.», «Hewlett-Packard», «Lockheed Martin», «Mitsubishi», «Motorola», «Nissan Motor», «Northern Telecom», «Royal Dutch / Shell Group», «Toyota», «United Technologies Corporation», «Volkswagen», «Xerox Corp.» [11]. Згідно з численними звітами, підготовленими приватними фірмами та урядовими організаціями, на кожен долар, вкладений у програми з навчання ФВА, можна очікувати від 7 до 20 дол. економії за рахунок зниження собівартості продукції [12].

Метою ФВА є зниження витрат на виробництво, проведення робіт та надання послуг при одночасному підвищенні або збереженні якості виконуваної роботи. Операції з нарощування цінності торговельного підприємства, які здійснюються на основі методу функціонально-вартісного аналізу, передбачають виокремлення головних та другорядних бізнес-процесів підприємства та їх функцій, а також заходи, спрямовані на підтримку та альтернативне виконання тих з них, які створюють конкурентні переваги. Ціннісно-орієнтоване управління за такого підходу необхідно здійснювати у 3 етапи, кожен з яких потребує застосування специфічних інструментів [13].

Підготовчий етап – визначення цілей, термінів та масштабу передбачуваних заходів, інформування працівників про можливі зміни, залучення до діалогу споживачів, постачальників та інших зацікавлених сторін з метою збору інформації про існуючі резерви підвищення цінності.

Робочий етап здійснюється у 6 стадій:

— інформаційна стадія – підготовка технологічних карт, звітів та документації про ціни, якість продукції, стан ринку, встановлення стратегічних пріоритетів, здійснення порівняння з конкурентами, визначення необхідної кількості коштів та можливих ризиків (інструменти: SWOT-аналіз, технологія розгортання функцій якості QFD, бенчмаркінг, аналіз Парето, ABC-аналіз, VOC-аналіз та ін.);

— стадія функціонального аналізу – дослідження бізнес-процесів підприємства з точки зору виконуваних ними функцій, виявлення тих, які носять найбільший вклад у нарощування цінності, пошук можливостей скорочення тих напрямів діяльності, які є другорядними і не сприяють збільшенню цінності підприємства (інструменти: методика системного аналізу функцій FAST, дерево функцій, аналіз вартості функцій FCA, аналіз причин та наслідків відмов FMEA та ін.);

— творча стадія – пошук ідей щодо альтернативного виконання тих функцій, які сприяють нарощуванню цінності (інструменти: «мозковий штурм», метод номінальних груп NGT, метод розв'язання винахідницьких задач TRIZ, синектика Гордона та ін.);

— стадія оцінки – вибір з-поміж множини нових ідей тих, які мають найбільший потенціал створення цінності (інструменти: Т-діаграма, матриця Кернер-Трегое, концепція управління витратами життєвого циклу LCC, метод вибору за перевагами CBA, розрахунок показників цінності: MVA (Market Value Added), EVA (Economic Value Added), SVA (Shareholder Value Added), CFROI (Cash Flow Return on Investment), CVA (Cash Value Added));

— стадія розвитку – розробка плану дій з впровадження обраної альтернативи, визначення строків, розподіл завдань та призначення відповідальних осіб;

— стадія імплементації – здійснення заходів з реалізації розробленого плану.

Заключний етап – перевірка ефективності реалізованих змін, контроль та коригування завдань, виявлення недоліків, підведення підсумків, вирішення питань матеріального стимулювання розробників та реалізаторів нововведень.

Концепція ФВА дозволяє представити управлінську інформацію у вигляді фінансових показників, які відображають функції людей, машин та обладнання, а також рівень споживання ресурсів функціями. Однак, слід звернути увагу на те, що цінність торговельного підприємства є різноаспектною, може мати як матеріальне вираження (описується системою фінансових показників), так і нематеріальне (торговельна марка, престиж, імідж, інноваційний потенціал, лояльність клієнтів, партнерські зв'язки, ділова репутація, кваліфікація персоналу, досвід, компетенція, популярність управлінської команди, в цілому людський капітал тощо). За даних умов особливого значення набуває застосування технології, яка б забезпечила збір, систематизацію та аналіз інформації, необхідної для прийняття стратегічних ціннісно-орієнтованих рішень та дозволила розширити вимірювальні системи підприємств шляхом включення в них показників нефінансового характеру. Таку можливість спроможне реалізувати застосування збалансованої системи показників (Balanced Scorecard) [14], яка, базуючись на системному підході, забезпечує зростання майбутньої цінності підприємства. В основу цієї системи покладено вимірювання ключових показників ефективності діяльності підприємства в розрізі чотирьох площин:

- фінансової (рентабельність інвестицій, вартість для акціонерів, прибутковість, зростання доходів і питомі витрати тощо);
- клієнтської (частка ринку, задоволення споживачів, клієнтська база тощо);
- площини внутрішніх бізнес-процесів (прибутковість даного сегменту ринку, сума виручки, яка

може бути отримана в результаті залучення нового клієнта, тривалість виробничого циклу, маркетинговий потенціал підприємства, відсотковий вираз кількості операцій, відданих в аутсорсинг тощо);

- площини навчання та розвитку персоналу (кількість працівників з вищою освітою, виручка в розрахунку на одного працівника, плинність персоналу, доступ працівників до інформації, кількість премійованих співробітників тощо).

Для визначення інтегрованої цінності торговельного підприємства пропонується використовувати інтегрований індекс цінності, який можна розрахувати за формулами (1) та (2):

$$I_{ц}^j = \frac{\sum_j^m \delta_{ij}}{\sum m}, \quad (1)$$

де  $I_{ц}^j$  – інтегрований індекс цінності торговельного підприємства;

$\delta_{ij}$  – часткові показники цінності торговельного підприємства для різних площин формування цінності;

$m$  – кількість показників системи збалансованих показників, що аналізуються.

$$\delta_{ij} = \frac{a_{ij}}{\max |a_{ij}|}, \quad (2)$$

де  $a_{ij}$  – значення  $i$ -го показника із системи збалансованих показників для  $j$ -го торговельного підприємства (адаптовано за [15, с. 41]).

Важливою перевагою системи збалансованих показників є її здатність модифікуватися. Проте, у цій системі немає чіткої завершеності щодо вирішення питання зведення ключових показників у цільову функцію – нарощування цінності підприємства. З метою вирішення цього завдання доцільно ввести ще одну площину – площину взаємодії торговельного підприємства з зацікавленими сторонами, в розрізі якої необхідно розраховувати показники, що дозволять оцінити його здатність генерувати соціально-економічну та споживчу цінність для всіх основних суб'єктів економічних відносин [6, с. 146].

У світі бізнесу існує цілий ряд прикладів успішного впровадження системи збалансованих показників. Найвідомішими з них є американські корпорації «Mobil US Marketing and Refining» і «Cigna Property and Casualty». Перша перемістилася за показником прибутковості з останнього місця в галузі на перше, а «Cigna P & C» перетворилася зі збиткової фірми в спеціалізовану страхову компанію, що має річний оборот понад 3 млрд дол. [16].

З позицій процесного підходу ефективним методом дослідження етапів створення цінності, необхідним для здійснення ціннісно-орієнтованого управління, є концепція ланцюга створення цінності (value chain), відповідно до якої всі види діяльності підприємства (основні та допоміжні) розглядаються як послідовність дій, кожна з яких вносить свій вклад у створення продуктів, що є цінними для споживачів. При цьому цінність підприємства визначається величиною вартості, що споживач готовий заплатити за його товари та послуги [17, с. 87]. Типову схему формування ланцюга цінності торговельного підприємства зображено на рис. 1.

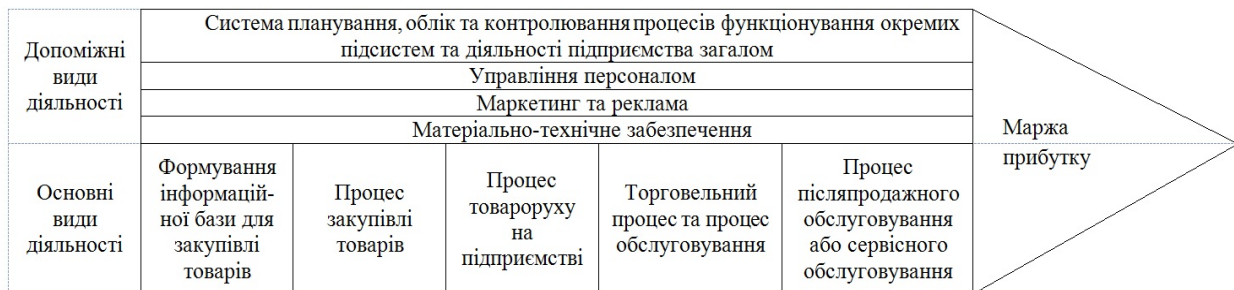


Рис. 1. Ланцюг цінності торговельного підприємства [18, с. 165]

У сфері торгівлі ланцюг створення цінності включає в себе велику кількість елементів, таких як місце розташування магазину, наявність місць для паркування, атмосфера здійснення покупок, рівень обслуговування, асортимент товарів, їх якість та наявність у продажу, доставка, ціни, імідж і т.п. Всі елементи ланцюга цінності торговельного підприємства можна умовно розділити на декілька груп:

-очевидні: вітрини магазину, час його роботи, персонал, комп'ютерне обладнання в касах;

-ті, що приховані від очей покупця: надання кредиту, утримання магазину і складських приміщень, мерчандайзинг;

-замінники цінності: інтер'єр в дорогих магазинах, надлишок торгового персоналу;

-розширені: безкоштовна доставка, ексклюзивні торгові марки, висококваліфіковані консультанти, програми лояльності;

-потенційні (ще не задіяні, але перспективні для нарощування цінності): цілодобова робота без вихідних, необмежені можливості повернення товарів, індивідуальний підхід до клієнта [19, с. 81].

Торгівля створює цінність, здійснюючи не фізичне перетворення товарів, а багатократно переміщуючи їх у часі та просторі. Торгівля передає товари від людей і з місць, де вони мають меншу цінність, до людей і в місця, де ці ж товари ціняться більше. Таким чином, суть торгівлі – це створення цінності шляхом операцій купівлі-продажу, розподілених у часі та просторі [20, с. 50].

Успішними можуть вважатися тільки ті компанії, які приділяють особливу увагу управлінню стрижневими процесами ланцюга цінності. Наприклад, одна з сильних сторін компанії «Wal-Mart» – її надфективність в просуванні продукції від постачальників в різні магазини. Інформація про продажі надходить через комп'ютерну мережу не тільки в штаб-квартиру «Wal-Mart», а й до її постачальників, які здійснюють відвантаження продукції майже з тією ж швидкістю, яка потрібна покупцям для того, щоб зняти товар з магазинної полиці [21]. Компанія "McDonald's" володіє 16% ринку швидкого харчування в США і більш ніж 40% сегменту з продажу бургерів не тільки через смакові якості продукції, що пропонується (фактично, за результатами загальнонаціонального опитування споживачів США, за смаковими уподобаннями "McDonald's" займає лише третє місце після "Burger King" і "Wendy's"). Секретом успіху є відмінно налагоджений ланцюг цінності, який компанія назвала QSCV (quality, service, cleanliness, value), тобто якість, обслуговування, чистота і цінність [22].

Інструментом візуалізації ланцюга цінності є дерево цінності (value tree) [23], аналіз якого дозволяє простежити взаємний вплив та залежності між елементами, які є складовими процесу створення цінності. Приклади типових дерев цінності підприємства та споживача наведено на рис. 2 та 3.

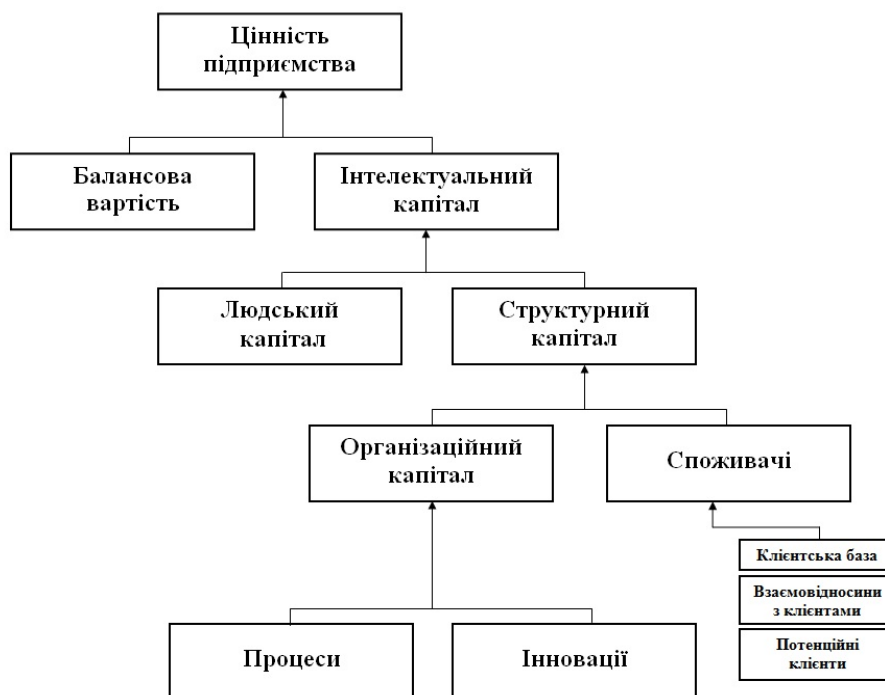


Рис. 2. Дерево цінності підприємства [24]

В сучасних умовах кожне підприємство діє на ринку не відокремлено, а знаходиться у постійній взаємодії з великою кількістю контрагентів, у результаті чого їх ланцюги цінності переплітаються, створюючи мережу цінності (value network), яку доцільно вивчати з позицій системно-процесного підходу. Мережа цінності є складним набором соціальних та технічних ресурсів, які працюють разом шляхом встановлення відносин та з метою створення економічної цінності у формі знання, розуміння, продукту (бізнесу), послуг або суспільних цілей [26]. Успішність діяльності підприємства визначається не лише якістю управління його ланцюгом цінності, а й взаємодією між усіма учасниками мережі створення споживчої цінності. Наприклад, компанія «Wal-Mart» спільно з її іменитими постачальниками («Procter & Gamble», «Rubbermaid» і «Black & Decker») працює над оптимізацією схем руху товару і зниження витрат на реалізацію продукції; в результаті споживачі отримують товари за нижчими цінами [27, с. 64]. Такі

диверсифіковані компанії, як «AT & T», «DuPont», «Lucent», «NCR» та «UPS», кооперують одна з одною в рекрутингу та управлінні кар'єрою. Коли талановитий співробітник залишає якусь із них, є сенс зберегти його в рамках корпоративної родини [28].

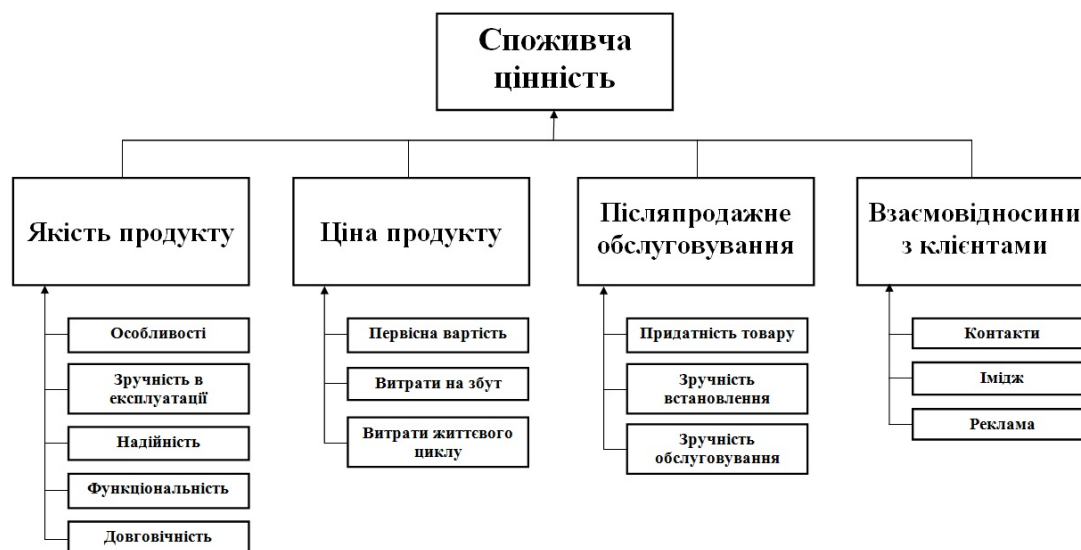


Рис. 3. Дерево цінності споживача [25]

Ключовими діями, що призводять до створення цінності є дії всередині мережі, представлені у вигляді матеріальних та нематеріальних обмінів [29]. Саме нематеріальні обміни (неформальний обмін знаннями, взаємна підтримка та довіра між учасниками тощо) є джерелом конкурентних переваг, які ігноруються традиційною практикою ведення бізнесу.

Торговельне підприємство, як правило, утворює мережу цінності в результаті переплетення його ланцюга цінності з ланцюгами цінності постачальників, конкурентів та партнерів. Діяльність її учасників спрямована на покращення таких показників, як строки, зменшення витрат, покращення обслуговування, врахування запитів клієнтів. Інструментом розуміння шляхів створення цінності в мережі виступає мережево-ціннісний аналіз (Network Value Analysis) [30], який, зазвичай, включає 5 етапів:

1 – формулювання мети та завдань мережі (наприклад, для торговельного підприємства метою створення мережі може бути максимізація цінності, яку одержує споживач, шляхом ефективної взаємодії з партнерами);

2 – визначення учасників мережі (учасниками, які формують мережу створення цінності з торговельним підприємством, як правило, є виробники, постачальники, конкуренти, партнери);

3 – встановлення ціннісних очікувань учасників мережі (виробник продукції, наприклад, очікує отримати грошову винагороду за товар, соціальний фонд – досягнення певного соціального ефекту, природоохоронна організація – збереження довкілля і т.д.);

4 – відслідковування ціннісних зв'язків між учасниками мережі (це, як правило, обмін ресурсами, товарами, послугами, емоціями, ідеями, інформацією і т.п.);

5 – створення карти мережі цінності, її детальний розгляд, аналіз, пошук шляхів оптимізації. Приклад карти мережі цінності торговельного підприємства наведено на рис. 4.

Як видно з рис. 4 мережа створення цінності є системою, ціллю якої є задоволення потреб кінцевого споживача. Учасники мережі отримують додаткові вигоди через налагоджену систему комунікацій. Здійснення мережево-ціннісного аналізу дозволяє вчасно діагностувати проблемні ситуації та мобілізувати колективні дії для здійснення змін, які в кінцевому результаті сприятимуть максимізації цінності як продукту, створюваного компаніями-учасниками, так і цінності всіх партнерів, що утворюють мережу.

Підсумовуючи вищевикладене, зауважимо, що всі розглянуті методи здійснення ціннісно-орієнтованого управління не є взаємовиключними, а слугують інструментами вимірювання різних видів цінності, що створюється в результаті цієї діяльності. Так, функціонально-вартісний аналіз дозволяє управляти процесом створення цінності підприємства для його власників, що виявляється у підвищенні ефективності виробництва та зростанні доходів, технологія збалансованої системи показників дозволяє оцінити цінність підприємства не лише з точки зору фінансових показників, а й враховує нефінансову складову, відображаючи інтереси всіх зацікавлених сторін, моделі ланцюга та мережі створення цінності дають змогу досліджувати процес створення споживчої цінності продукту. У зв'язку з цим, з метою досягнення високої ефективності здійснюваного ціннісно-орієнтованого управління, необхідно комбінувати застосування зазначених методів та їх інструментарію, що дозволить досягнути синергетичного ефекту та максимально задовольнити ціннісні очікування всіх учасників економічних відносин.

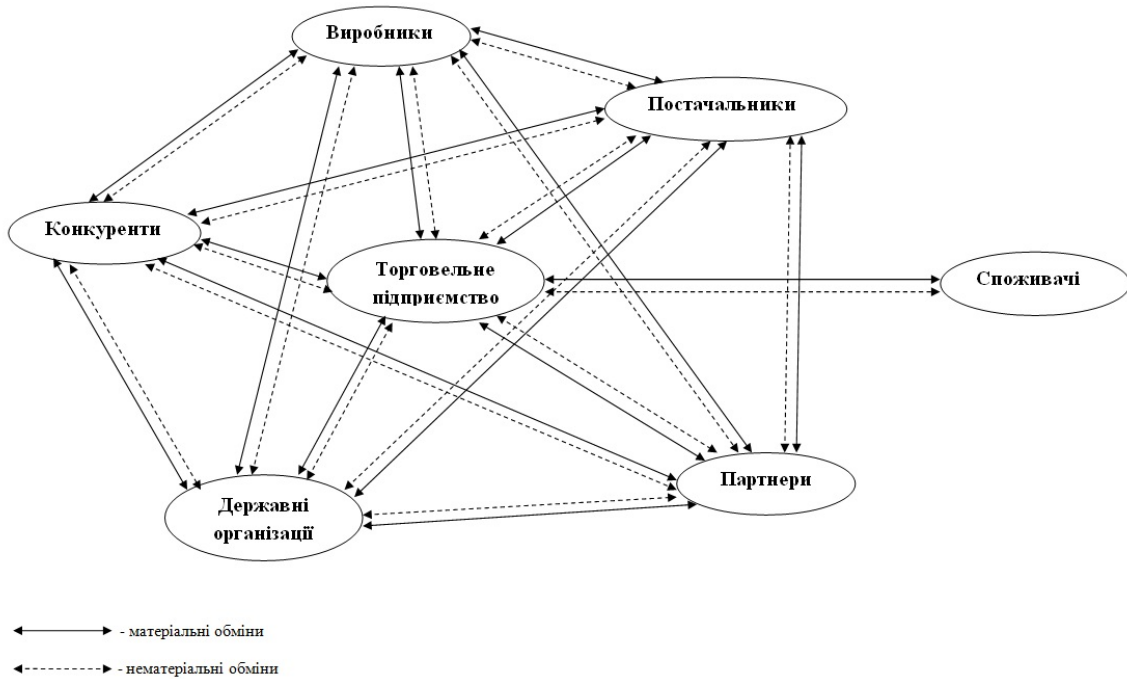


Рис. 4. Карта мережі цінності торговельного підприємства (адаптовано за [31])

**Висновки.** Опрацювання методологічних засад ціннісно-орієнтованого управління дозволяє виявити основні принципи та методи, застосування яких в управлінні торговельним підприємством дасть змогу забезпечити досягнення максимізації створюваної ним цінності для ключових зацікавлених сторін. Базовими принципами, на основі яких необхідно здійснювати ціннісно-орієнтоване управління торговельним підприємством, є: відсутність націленості на швидкий прибуток; ухвалення стратегічних рішень, які підвищують цінність підприємства, навіть за рахунок зниження прибутку в короткостроковому періоді; визнання та активне відслідковування інтересів зацікавлених сторін; достовірності; застосовності; конс'юмеризму та ін. Методами реалізації поставленої мети є функціонально-вартісний аналіз, технологія збалансованої системи показників, метод створення цінності на основі ланцюга та мережі цінності, які в сучасній практиці управління застосовуються, як правило, відокремлено. В цих умовах великого значення набуває пошук шляхів спільного використання зазначених методів з метою поєднання їх інструментарію та досягнення максимального ефекту, який виявлятиметься у максимізації цінності підприємства і для власників, і для споживачів, і для суспільства в цілому.

### Література

1. Александров Д. Ценность фирмы и поощрение менеджеров [Електронний ресурс] / Д. Александров. – Режим доступу : <http://nbc.ua/article/76>
2. Шатило Л. Value-Based Management в українських реаліях: чи варто вітчизняним компаніям добре вартувати? [Електронний ресурс] / Л. Шатило. – Режим доступу: [http://ua.prostobiz.ua/biznes/rozvitok\\_biznesu/statti/value\\_based\\_management\\_v\\_ukrayinskih\\_realiyah\\_chi\\_varto\\_v\\_itchiznyanim\\_kompaniyam\\_dobre\\_vartuvati](http://ua.prostobiz.ua/biznes/rozvitok_biznesu/statti/value_based_management_v_ukrayinskih_realiyah_chi_varto_v_itchiznyanim_kompaniyam_dobre_vartuvati)
3. Haspeslagh P. Managing for Value: It's Not Just About the Numbers / P. Haspeslagh // Harvard Business Review. – July-August 2007. – P. 65–73.
4. Rappaport A. Ten Ways to Create Shareholder Value [Електронний ресурс] / A. Rappaport // Harvard Business Review. – September 2006. – Режим доступу : [http://cmsu2.ucmo.edu/public/classes/young/Guidance%20Research/Ten\\_ways\\_to\\_create\\_sharholders\\_value-Alfred\\_Rappaport.pdf](http://cmsu2.ucmo.edu/public/classes/young/Guidance%20Research/Ten_ways_to_create_sharholders_value-Alfred_Rappaport.pdf)
5. Бойко М. Г. Концептуальні засади побудови системи ціннісно-орієнтованого управління підприємствами [Електронний ресурс] / М. Г. Бойко // Вісник Волинського інституту економіки та менеджменту. – 2011. – № 1. – Режим доступу : [http://archive.nbu.gov.ua/portal/Soc\\_Gum/Vviem/2011\\_1/3.pdf](http://archive.nbu.gov.ua/portal/Soc_Gum/Vviem/2011_1/3.pdf)
6. Бойко М. Г. Ціннісно орієнтоване управління в туризмі : монографія / М. Г. Бойко. – К. : КНТЕУ, 2010. – 524 с.
7. Clarkson M. The Clarkson Principles [Електронний ресурс] : Value Based Management.net / M. Clarkson. – Режим доступу: [http://www.valuebasedmanagement.net/methods\\_clarkson\\_principles.html](http://www.valuebasedmanagement.net/methods_clarkson_principles.html)



8. Ілленкова М. А. Інноваційний менеджмент: підручник [Електронний ресурс] / М. А. Ілленкова. – Режим доступу : <http://library.if.ua/book/138/9419.html>
9. Петрище Ф. А. Функционально-стоимостной анализ потребительских свойств товаров [Електронний ресурс] / Ф. А. Петрище, Э. Э. Керимов. – Режим доступу : <http://www.cis2000.ru/cisFinAnalysis/InflationA.shtml>
10. Попов А. А. Функционально-стоимостный анализ стоимости автомобиля [Електронний ресурс] / А. А. Попов. – Режим доступу : [http://www.ateismy.net/index.php?option=com\\_content&view=article&id=2574:2013-05-07-15-07-59&catid=85:2012-09-22-15-24-38&Itemid=147](http://www.ateismy.net/index.php?option=com_content&view=article&id=2574:2013-05-07-15-07-59&catid=85:2012-09-22-15-24-38&Itemid=147)
11. Кузьмин А. М. Регламентация применения ФСА в законодательстве США [Електронний ресурс] / А. М. Кузьмин. – Режим доступу : <http://www.inventech.ru/pub/club/102/>
12. Шарипов Р. Х. Функционально-стоимостный анализ (ФСА) [Електронний ресурс] / Р. Х. Шарипов. – Режим доступу : <http://www.metodolog.ru/00940/00940.html>
13. Kolano F. Value methodology standard and body of knowledge [Електронний ресурс] / F. Kolano, R. Sprague, R. Woodhead, P. Chapter, J. Bryant. – 2007. – Режим доступу : [http://www.value-eng.org/pdf\\_docs/monographs/vmstd.pdf](http://www.value-eng.org/pdf_docs/monographs/vmstd.pdf)
14. Каплан Р. Организация, ориентированная на стратегию / Р. Каплан, Д. Нортон. – М. : Олимп-Бизнес, 2004. – 416 с.
15. Антошишина Н. І. Система збалансованих показників у визначенні інтегрованої цінності авіакомпанії / Н. І. Антошишина // Актуальні Проблеми Економіки. – 2010. – № 10 (112). – С. 32–41.
16. Бердыкулова К. А. Сбалансированная система показателей как средство управления предприятием [Електронний ресурс] / К. А. Бердыкулова. – Режим доступу : <http://balanced-scorecard.ru/case/main>
17. Porter M. E. Competitive Advantage / M. E. Porter. – New York : Free Press, 1985. – 557 p.
18. Бай С. І. Розвиток організації: політика, потенціал, ефективність : монографія / С. І. Бай. – К. : КНТЕУ, 2009. – 280 с.
19. Берман Б. Розничная торговля: стратегический подход / Б. Берман, Дж. Эванс. – М. : Вильяме, 2003. – 1184 с.
20. Грант Р. Современный стратегический анализ / Р. Грант. – СПб. : Питер, 2008. – 560 с.
21. Яковлева Е. А. Цепочка создания стоимости инновационного продукта для потребителя [Електронний ресурс] / Е. А. Яковлева, Я. Г. Бучаев, М. М. Гаджиев // Управление экономическими системами: электронный научный журнал. – Режим доступу : <http://uecs.ru/uecs-48-482012/item/1797-2012-12-13-08-22-49>
22. Котлер Ф. Система предоставления потребительской ценности [Електронний ресурс] / Ф. Котлер. – Режим доступу : <http://www.bci-marketing.aha.ru/content/sistema-predostavleniya-potrebitelskoj-tsennosti>
23. Hämmäläinen R. Value Tree Analysis [Електронний ресурс] : Helsinki university of technology, Systems analysis laboratory / R. Hämmäläinen. – Режим доступу: [http://mcda.aalto.fi/value\\_tree/theory](http://mcda.aalto.fi/value_tree/theory)
24. King S. Corporate value tree [Електронний ресурс] : Business modeling / S. King. – Режим доступу: <http://modelmeld.com/Corporatevaluetree.html>
25. King S. Customer value tree [Електронний ресурс] : Business modeling / S. King. – Режим доступу : <http://modelmeld.com/Customervaluetree.html>
26. Allee V. The future of knowledge: Increasing prosperity through value networks / V. Allee. – Boston: Butterworth-Heinemann, 2002. – 294 p.
27. Котлер Ф. Основы маркетинга / Ф. Котлер, Г. Армстронг. – М. : Вильямс, 2003. – 1198 с.
28. Старинская А. Скованные одной цепью [Електронний ресурс] : интернет-портал для управлінців Management.Com.Ua / А. Старинская. – Режим доступу : <http://www.management.com.ua/strategy/str165.html>
29. Parolini C. The value net: A tool for competitive strategy / C. Parolini. – Chichester, England: John Wiley&Sons Ltd, 1999. – 245 p.
30. Peppard J. From Value Chain to Value Network: Insights for Mobile Operators [Електронний ресурс] / J. Peppard, A. Rylander // European Management Journal. – 2006. – Vol. 24, Issue 2. – Режим доступу : <http://www.som.cranfield.ac.uk/som/dynamiccontent/media/ISRC/From%20value%20chain%20to%20value%20network.pdf>
31. Allee V. Reconfiguring the Value Network [Електронний ресурс] / V. Allee // Journal of Business Strategy. – 2000. – Vol. 21, № 4. – Режим доступу : <http://www.sveiby.com/articles/Allee-ValueNets.htm>

## References

1. D. Aleksandrov. "Cennostj firmy" i pooshhrenie menedzherov" from Biznes-centr «Nacionaljnij» – <http://nbc.ua/article/76>
2. L. Shatylo. "Value-Based Management v ukrajinsjkykh realijakh: chy varto vitchyznjanym kompanijam dobre vartuvaty?" from Prostopobiz.ua [http://ua.prostopobiz.ua/biznes/rozvitok\\_biznesu/statti/value\\_based\\_management\\_v\\_ukrayinskih\\_realiyah\\_chi\\_varto\\_vitchiznyanim\\_kompanijam\\_dobre\\_vartuvati](http://ua.prostopobiz.ua/biznes/rozvitok_biznesu/statti/value_based_management_v_ukrayinskih_realiyah_chi_varto_vitchiznyanim_kompanijam_dobre_vartuvati)

3. P. Haspeslagh, "Managing for Value: It's Not Just About the Numbers", Harvard Business Review, 2007, pp. 65-73.
4. Rappaport, "Ten Ways to Create Shareholder Value", Harvard Business Review, September 2006. – [http://cmsu2.ucmo.edu/public/classes/young/Guidance%20Research/Ten\\_ways\\_to\\_create\\_sharholders\\_value-Alfred\\_Rappaport.pdf](http://cmsu2.ucmo.edu/public/classes/young/Guidance%20Research/Ten_ways_to_create_sharholders_value-Alfred_Rappaport.pdf)
5. M. Gh. Bojko, "Konceptualjni zasady pobudovy systemy cinnisno-orijentovanogho upravlinnja pidprijemstvamy", Visnyk Volynskogho instytutu ekonomiky ta menedzhmentu, Issue 1, 2011. – [http://archive.nbuv.gov.ua/portal/soc\\_gum/Vviem/2011\\_1/3.pdf](http://archive.nbuv.gov.ua/portal/soc_gum/Vviem/2011_1/3.pdf)
6. M. Gh. Bojko, Cinnisno orijentovane upravlinnja v turyzmi, 1st ed., Kyjiv: KNTEU, 2010.
7. M. Clarkson. "The Clarkson Principles" from Value Based Management.net – [http://www.valuebasedmanagement.net/methods\\_clarkson\\_principles.html](http://www.valuebasedmanagement.net/methods_clarkson_principles.html)
8. M. A. Illjenkova. "Innovacijnyj menedzhment" from Biblioteka ekonomista – <http://library.if.ua/book/138/9419.html>
9. F. A. Petryshhe. "Funkcionaljno-stoimostnoj analiz potrebiteljskykh svojstv tovarov" from Kompjuternye Informacyonnye Sistemy – <http://www.cis2000.ru/cisFinAnalysis/InflationA.shtml>
10. A. Popov. "Funkcionaljno-stoimostnyj analiz stoimosti avtomobilja" from Ateismy.net – [http://www.ateismy.net/index.php?option=com\\_content&view=article&id=2574:2013-05-07-15-07-59&catid=85:2012-09-22-15-24-38&Itemid=147](http://www.ateismy.net/index.php?option=com_content&view=article&id=2574:2013-05-07-15-07-59&catid=85:2012-09-22-15-24-38&Itemid=147)
11. M. Kuzjmin. "Reglamentacyja primenenija FSA v zakonodatelstve SShA" from Centr Kreatyvnykh Tekhnologhij – <http://www.inventech.ru/pub/club/102/>
12. R. Kh. Sharipov. "Funkcionaljno-stoimostnyj analiz (FSA)" from Metodologh – <http://www.metodolog.ru/00940/00940.html>
13. F. Kolano. "Value methodology standard and body of knowledge" from SAVE International. – [http://www.value-eng.org/pdf\\_docs/monographs/vmstd.pdf](http://www.value-eng.org/pdf_docs/monographs/vmstd.pdf)
14. R. Kaplan, Orghanizacyja, orientirovannaja na strateghiju, 1st ed., Moskva: Olimp-Biznes, 2004.
15. N. I. Antoshshyhyna, "Systema zbalansovanykh pokaznykiv u vyznachenni integhrovanoj cinnosti aviakompaniji", Aktualjni Problemy Ekonomiky, Volume 112, Issue 10, 2010, pp. 32–41.
16. K. A. Berdykulova. "Sbalansirovannaja sistema pokazatelej kak sredstvo upravlenija predpriyatjem" from MAGh Konsaltingh – <http://balanced-scorecard.ru/case/main>
17. M. E. Porter, Competitive Advantage, 2nd ed., New York : Free Press, 1985.
18. S. I. Baj, Rozvytok orghanizaciji: polityka, potencial, efektyvnistj, 1st ed., Kyjiv: KNTEU, 2009.
19. Berman, Dzh. Evans, Roznichnaja torghovlja: strateghicheskij podkhod, 8th ed., Moskva: Viljame, 2003.
20. R. Ghrant, Sovremennyj strateghicheskij analiz, 5th ed., Sankt-Peterburgh: Piter, 2008
21. E. A. Jakovleva. "Cepochka sozdanija stoimosti innovacyonnogho produkta dlja potrebytelja" from Upravlenie ekonomicheskimi sistemamy: elektronnyj nauchnyj zhurnal – <http://uecs.ru/uecs-48-482012/item/1797-2012-12-13-08-22-49>
22. F. Kotler. "Sistema predostavlenija potrebiteljskoj cennosti" from Bci-marketing.aha.ru – <http://www.bci-marketing.aha.ru/content/sistema-predostavleniya-potrebitelskoi-tsennosti>
23. R. Hämmäläinen. "Value Tree Analysis" from Helsinki university of technology, Systems analysis laboratory. – [http://mca.aalto.fi/value\\_tree/theory](http://mca.aalto.fi/value_tree/theory)
24. S. King. "Corporate value tree" from Business modeling. – <http://modelmeld.com/Corporatevaluetree.html>
25. S. King. "Customer value tree" from Business modeling. – <http://modelmeld.com/Customervaluetree.html>
26. V. Allee, The future of knowledge: Increasing prosperity through value networks, 1st ed., Boston: Butterworth-Heinemann, 2002.
27. F. Kotler, Osnovy marketingha, 9th ed., Moskva: Viljams, 2003.
28. Starinskaja. "Skovannye odnoj cepju" from Management.Com.Ua – <http://www.management.com.ua/strategy/str165.html>
29. Parolini, The value net: A tool for competitive strategy, 1st ed., Chichester, England: John Wiley&Sons Ltd, 1999.
30. J. Peppard, "From Value Chain to Value Network: Insights for Mobile Operators", European Management Journal, Volume 24, Issue 2, 2006. – <http://www.som.cranfield.ac.uk/som/dinamic-content/media/ISRC/From%20value%20chain%20to%20value%20network.pdf>
31. V. Allee, "Reconfiguring the Value Network", Journal of Business Strategy, Volume 21, Issue 4, 2000. – <http://www.sveiby.com/articles/Allee-ValueNets.htm>

Надійшла 18.09.2013; рецензент: д. е. н. Бай С. І.

## ВИЗНАЧЕННЯ ДОМІНАНТНИХ ЗАГРОЗ НА ПІДПРИЄМСТВАХ ЖИТЛОВО-КОМУНАЛЬНОГО ГОСПОДАРСТВА

*В даній статті досліджено та аналізовано загрози для підприємств житлово-комунального господарства. Розглянуто аналіз даної проблеми в наукових працях різних вчених-економістів. Визначено домінантні загрози та розроблений SWOT-аналіз діяльності підприємств житлово-комунального господарства. Виділено сильні та слабкі сторони підприємства.*

*Ключові слова: банкрутство, загрози, SWOT-аналіз.*

O. RUDACHENKO

Kharkiv National Beketov Municipal University

## THE DOMINANT DANGER SURVEY OF HOUSING AND MUNICIPAL ECONOMY ENTERPRISES

*The danger to housing and municipal economy enterprises has been researched and analyzed in this paper. We have considered the analysis of the problem through scientific writings of many economists. We have made a survey of the dominant danger and the developed SWOT through the analysis of housing and municipal services system. We have discovered the strong points of an enterprise – its advantages and the weak points of it – its shortcomings.*

*Keywords: bankruptcy, dangers, SWOT-analysis.*

**Постановка проблеми.** В наш існує велика кількість загроз, з якими зіштовхуються підприємства житлово-комунального господарства (ЖКГ), а саме: постійна відсутність прибутку, недостатність фінансування, величезний знос обладнання, велика дебіторська та кредиторська заборгованість, застарілі технології виробництва, тощо. Всі ці загрози з роками можуть привести підприємства ЖКГ до банкрутства, а, отже, визначення загроз на підприємствах житлово-комунального господарства займає найважливіше місце при аналізі діяльності підприємства та визначення схильності його до банкрутства.

Аналіз останніх досліджень та публікацій: більшість науковців поділяють загрози на зовнішні та внутрішні. Розглянемо деякі роботи вчених-економістів, які приділяли увагу саме цим проблемам.

Так, наприклад, Фурман Т. Ю. та Прокопович Н.І. виділяють наступні види зовнішніх загроз [2]:

- соціально-економічні фактори загального розвитку країни (спад обсягу національного доходу, ріст інфляції, уповільнення платіжного обороту, нестабільність податкової системи, зниження рівня реальних доходів населення ріст безробіття);

- ринкові фактори (зниження емоності внутрішнього ринку, посилення монополізму на ринку, суттєве зниження попиту, спад кон'юнктури в економіці в цілому, нестабільність фінансового ринку, зниження активності фондового ринку, нестабільність валютного ринку);

- інші зовнішні фактори.

Кількість загроз у кожного науковця різна. Так, наприклад, Шершньова З.Є. за джерелом загрози виділяє внутрішні (кризоутворювальні фактори, які формують загрозу, знаходяться на території України), а також зовнішні загрози, які перебувають за кордоном держави [ 11].

Шершньова З.Є., виділяючи внутрішні та зовнішні фактори, стверджує, що зовнішні – ті, що перебувають за кордоном, а внутрішні – знаходяться на території України, проте переважна більшість науковців по іншому трактують ці поняття:

- зовнішні, які практично дуже важко (іноді неможливо) врахувати (на них підприємство не може впливати або його вплив може бути слабким);

- внутрішні, що безпосередньо залежать від форм, методів та організації роботи на самому підприємстві.

Савицька Г.В. також виділяє зовнішні і внутрішні загрози, які стають передумовами банкрутства, при цьому дотримуючись принципу поділу залежно від того чи залежать ці загрози від діяльності підприємства чи не залежать. До зовнішніх факторів Савицька Г.В. відносить економічні, політичні, посилення міжнародної конкуренції у зв'язку з розвитком науково-технічного прогресу, а також демографічні [10].

До внутрішніх факторів Савицька Г.В. відносить наступні:

- дефіцит власного оборотного капіталу як наслідок неефективної виробничо-комерційної діяльності чи неефективної інвестиційної політики;

- низький рівень техніки, технології й організації виробництва;

- зниження ефективності використання виробничих ресурсів підприємства, його виробничої потужності;

- створення наднормативних залишків незавершеного будівництва, незавершеного виробництва,

виробничих запасів, готової продукції;

- погана клієнтура підприємства, яка платить із запізненням чи не платить зовсім через банкрутство;
- відсутність збуту через низький рівень організації маркетингової діяльності з вивчення ринків збуту продукції, формування портфеля замовлень, підвищення якості і конкурентоспроможності продукції, вироблення цінової політики;

- залучення позикових засобів в оборот підприємства на не вигідних умовах;
- швидке і неконтрольоване розширення господарської діяльності [10].

Поділ загроз на внутрішні і зовнішні виділяють і Крамаренко Т.О. та Чорна О.Є.

Зовнішніми причинами банкрутства автори визначають політичні, соціально-економічні, науково-технічні, зовнішньоекономічні.

До внутрішніх причин банкрутства відносять низьку якість менеджменту, недосконалість механізму ціноутворення, збільшення дебіторської заборгованості, утримання зайвих робочих місць, технологічна неузгодженість процесу виробництва, брак довготермінового інвестування, дефіцит власних оборотних коштів, нерациональна організаційна структура.

Зовнішні фактори можуть бути міжнародними та національними [4]. Крамаренко та Чорна не виділяють окремо демографічний та соціокультурний фактор зовнішнього впливу, а поєднують їх у групі соціально-економічних, що може ускладнити їх ідентифікацію та оцінку.

Серед внутрішніх факторів Мошенський виділяє філософію, корпоративну культуру, ресурси та їх використання, а також якість і рівень маркетингу [8].

Внутрішні фактори кризового розвитку за Фурманом Т.Ю. та Прокоповичем Н.І. поділяються на: виробничі, інвестиційні, фінансові. Отже, як бачимо, Фурман Т.Ю. та Прокопович Н.І. поділяє внутрішні загрози за ознакою сфери діяльності: виробничої, інвестиційної та фінансової [2].

Багато науковців поділяють загрози залежно від сфер діяльності підприємства. Так, наприклад, Валуєв Ю.Б. за відношенням загроз до сфери діяльності виділяє загрози в галузі: інвестиційної діяльності, поточного фінансового забезпечення, матеріального забезпечення, конструкторсько-технологічного забезпечення, виробничої, маркетингово-збутової, науково-дослідницької діяльності [1].

Постановка завдання: аналіз вище перелічених наукових праць показав, про неповне та неналежне висвітлення даної проблеми – визначення загроз для підприємств житлово-комунального господарства, тому за необхідне бажаємо, все ж таки, визначити домінуючі загрози для підприємств ЖКГ.

Виклад основного матеріалу дослідження. Перелічені вище загрози є найбільш поширеними та ті, які ми найчастіше зустрічаємо, але насправді їх кількість набагато більша.

Тому для аналізу і виявлення загроз на підприємствах житлово-комунального господарства були виділені загрози – домінуючі, які мають безпосередній вплив на фінансовий стан підприємства, ніж інші загрози.

Що стосується підприємств житлово-комунального господарства, то кількість загроз, як внутрішніх так і зовнішніх є дуже великою і постійно змінюється.

Проаналізувавши роботу деяких науковців [6, 7, 3, 9] загрози можна розділити на економічні, фінансові, кадрові, техніко-екологічні та організаційно-управлінські.

Отже, розглянемо табл. 1, де представлений орієнтований список загроз для підприємств житлово-комунального господарства, який був обраний на основі аналізу діяльності підприємств.

Проаналізуємо загрози для підприємств житлово-комунального господарства за допомогою SWOT-аналізу та виділимо з них домінуючі.

У теорії та практиці для діяльності підприємств житлово-комунального господарства застосовують аналітичні підходи, які уможливають оцінювання поточного стану підприємництва та перспектив його розвитку, зокрема метод SWOT-аналізу (SWOT — аббревіатура перших літер англійських слів strengths — сильні сторони, weakness — слабкі сторони, opportunities — можливості і threats — небезпеки, загрози). В науковій літературі зустрічаються ще й такі синоніми цього терміну, як матриця TOWS або метод WOTS-up.

SWOT-аналіз придатний для будь-яких видів діяльності підприємств, в тому числі, й для житлово-комунальних. Методологія SWOT-аналізу дозволяє систематизувати результати дослідження за такими групами: сильні та слабкі сторони в діяльності організації (внутрішні фактори); сприятливі можливості та загрози з боку навколишнього (зовнішнього) ринкового середовища (зовнішні фактори) [5].

На першому етапі SWOT-аналізу проводять аналіз ситуації всередині підприємства і зовнішній аналіз.

Аналіз внутрішнього потенціалу підприємств житлово-комунального господарства дає змогу розпізнати його сильні та слабкі сторони, оцінити їх взаємозв'язок з факторами зовнішнього середовища.

Сильні сторони підприємства — це його переваги. Слабкі сторони — це його недоліки підприємства.

На практиці для визначення сильних і слабких сторін фірми може бути використано декілька підходів:

- внутрішній — на основі аналізу досвіду підприємства, думок його фахівців;
- зовнішній — на основі порівняння;
- нормативний — на основі думок експертів і консультантів.

## Орієнтований список загроз для підприємств житлово-комунального господарства

| Клас загроз                | Види загроз  |
|----------------------------|--|
| Економічні                 | Зростання цін на сировину та комплектуючі.                                       |
|                            | Значне податкове навантаження на житлово-комунальні підприємства.                |
|                            | Штучний монополізм на ринку житлово-комунальних послуг.                          |
|                            | Високий рівень інфляції.   |
| Фінансові                  | Велика кредиторська заборгованість.  |
|                            | Збитковість підприємств житлово-комунальних послуг.                              |
|                            | Використання неефективних форм фінансування.                                     |
|                            | Неефективне використання кредитних ресурсів.                                     |
| Кадрові                    | Дефіцит власних оборотних коштів, зокрема найбільш активних.                     |
|                            | Порушення руху кадрів.   |
| Техніко-технологічні       | Неефективне використання трудових ресурсів.                                      |
|                            | Високий рівень зносу.  |
|                            | Критичний стан підприємств.  |
|                            | Низький рівень впровадження новітніх ресурсозберігаючих технологій.              |
|                            | Низький рівень впровадження нових основних фондів.                               |
|                            | Висока матеріалосміність житлово-комунальних послуг.                             |
| Організаційно-управлінські | Висока енергоємність підприємств.  |
|                            | Низька договірна дисципліна.   |
|                            | Відсутність прогресивних методик управління житлово-комунальними підприємствами. |

Перелік слабких і сильних сторін для кожного підприємства індивідуальний, а по суті — це коротка, об'єктивна та принципова його характеристика.

Основне призначення зовнішнього аналізу — виявити та усвідомити можливості й загрози, що можуть впливати на діяльність підприємств житлово-комунального господарства сьогодні або в майбутньому.

Можливості підприємства являють собою позитивні фактори (тенденції та явища) зовнішнього середовища, що можуть сприяти збільшенню обсягу наданих послуг і прибутку. Загрози — негативні фактори (тенденції і явища) зовнішнього середовища, що можуть призвести за відсутності відповідної реакції підприємства до значного зменшення обсягу наданих послуг та прибутку.

Метою зовнішнього аналізу є формування альтернативних стратегічних рішень, їхня оцінка й остаточний вибір стратегії. Ці рішення повинні бути орієнтовані на використання можливостей і захист від загроз, пов'язаних зі зміною зовнішнього середовища.

Отже, розглянемо SWOT-аналіз діяльності підприємств житлово-комунального господарства.

Характерні сильні і слабкі сторони підприємства, загрози і можливості наведені в табл. 2. При цьому розпізнаванням зазначених вище груп факторів вважалося визначення тих напрямків діяльності підприємства, які посилюються або ослаблюються конкретними факторами.

Таблиця 2

## SWOT-аналіз

| Сильні сторони  | Слабкі сторони   |
|---|--|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• достатня сировинна база;</li> <li>• невисока собівартість продукції;</li> <li>• персонал з досвідом роботи;</li> <li>• стабільне фінансове становище;</li> <li>• готовність керівництва до ризику.</li> </ul>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>• висока зношеність основних виробничих фондів;</li> <li>• неефективне використання ресурсів підприємства;</li> <li>• переважання ручної праці, невисока фондоозброєність;</li> <li>• непропорційне зростання власного та залученого капіталу;</li> <li>• низький ступінь готовності працівників до змін;</li> <li>• непорозуміння членів колективу один з одним.</li> </ul>  |
| Можливості  | Загрози  |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• нарощування основного та оборотного капіталу;</li> <li>• зростання продуктивності праці та матеріальної забезпеченості працівників;</li> <li>• підвищення рівня професійності кадрів;</li> <li>• збільшення прибутковості діяльності;</li> <li>• проведення модернізації технологічного устаткування;</li> <li>• створення організаційної культури на підприємстві.</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• зростання цін на сировину та комплектуючі;</li> <li>• високий рівень інфляції;</li> <li>• збитковість підприємств житлово-комунальних послуг;</li> <li>• дефіцит власних оборотних коштів, зокрема найбільш активних;</li> <li>• порушення руху кадрів;</li> <li>• високий рівень зносу;</li> <li>• низький рівень впровадження нових основних фондів;</li> <li>• відсутність прогресивних методик управління житлово-комунальними підприємствами.</li> </ul> |

Висновок: за результатами проведеного SWOT-аналізу встановлюємо, що досліджувані підприємства житлово-комунального господарства України мають ряд сильних сторін і можливостей, які представлені в таблиці.

Таким чином, SWOT-аналіз є універсальним аналітичним інструментом, який може застосовуватися підприємствами для попередження загрози банкрутства підприємства.

### Література

1. Валуєв Ю.В. Загрози економічній безпеці в сфері зовнішньоекономічної діяльності підприємства: класифікаційний аспект / Ю.В. Валуєв // Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. – 2005. – № 6, Т.2. – С. 63–68.
2. Видавництво «Наука і освіта» (Publishing house Education and Science) [електронний ресурс]/ Фурман Т. Ю., Прокопович Н.І.// Економічні науки.Економіка підприємства. – 2008. – № 11. – Режим доступу : [http://www.rusnauka.com/11\\_EISN\\_2008/Economics/30678.doc.htm](http://www.rusnauka.com/11_EISN_2008/Economics/30678.doc.htm).
3. Клейнер Г.Б. Предприятие в нестабильной экономической среде: риски, стратегии, безопасность \ Клейнер Г.Б., Тамбовцев В.Л., Качалов Р.М. ; под ред. С.А. Панова. – М. : ОАО Издательство «Экономика», 1997. – 96 с.
4. Крамаренко Т.О. Фінансовий менеджмент : підручник / Крамаренко Т.О., Чорна О.Є. – К. : Центр навчальної літератури, 2006. – С. 464–468.
5. Кузнецова С., SWAT – анализ: практика применения \ С. Кузнецова, В. Маркова \ Пробные теории и практики управления. – 2008. – № 1. – С. 86–97.
6. Механізм та моделі управління кризовими ситуаціями на підприємствах житлово-комунального комплексу : монографія / Т.С. Клебанова, М.О. Кизим, Ю.І. Мізік та ін. – Х. : ВД «ІНЖЕК», 2011. – 184 с.
7. Моделювання економічної безпеки: держава, регіон, підприємство: монографія \ В.М. Геєць, М.О. Кизим, Т.С. Клебанова та ін. – Х. : ВД «ІНЖЕК», 2006. – 240 с.
8. Мошенський С.З. Економічний аналіз / Мошенський С.З., Олійник О.В. – 2-ге видання. – Житомир : ПП: «Рута», 2007. – С. 574–589.
9. Мунтіян В.І. Економічна безпека України / Мунтіян В.І. – К. : КВІЦ, 1999, 464 с.
10. Савицька Г.В. Економічний аналіз діяльності підприємства : навчальний посібник / Савицька Г.В. – 2-ге видання, виправлене і дописане / Савицька Г.В. – К. : Знання, 2005. – С. 637–653.
11. Шершньова З.Є. Антикризове управління підприємством : навчальний посібник / Шершньова З.Є., Багатський В.М. – К. : КНЕУ, 2007. – С. 143–145.

### References

1. Valuyev Y., The damages to the economic security in the field of international business activity: the classification aspect [Text] / Valuyev J. // Bulletin of Khmelnytsky National University. Economic sciences. 2005. - № 6, T.2.-P. 63-68 .
2. Publishing House "Science and Education" (Publishing house Science and Education) [electronic resource] / T. Furman , Prokopovych NI / / Economic sciences. The economics of a company. - 2008. - № 11. - Electronic resource: [http://www.rusnauka.com/11\\_EISN\\_2008/Economics/30678.doc.htm](http://www.rusnauka.com/11_EISN_2008/Economics/30678.doc.htm). - The causes of bankruptcy and the mechanisms of its prevention in the enterprise.
3. Kleiner G.B., The enterprise under conditions of the unstable economic environment : risks , strategies, safety. \ Kleiner G.B., Tambovtsev VL, Katchalov RM , ed. SA Panova . - Moscow: LSS Publishing house "Ekonomika", 1997 . - 96 p.
4. Kramarenko T.O., Financial Management: Handbook . / Kramarenko T.A., Chornaya A.E. - Kyiv: Scientific literature centre, 2006. - P.464 - 468.
5. S. Kuznetsova, SWAT - analysis: practical application. \ S. Kuznetsov, V. Markova \ \ Experimental theories and practical management., - 2008. - № 1 - p.86 -97.
6. The mechanism and models of the crisis management in housing and municipal services enterprises. Monograph . / [ TS Klebanov , MO Kizim, Y. Mizik ] - K.: EO " INZHEK ", 2011 . – 184p.
7. Simulation of the economic security: state, region, enterprise. Monograph \ [VM Heyets , MO Kizim, TS Klebanov et al.] . - K.: EO " INZHEK " 2006. - 240 p.
8. Moshenskyy S.Z., The economic analysis: 2nd Edition. / Moshenskyy S.Z., O.V. Oleinik - Zhitomir: PH: "Ruta" , 2007. - P.574 - 589.
9. Muntiyani V.I. The economic security of Ukraine \ Muntiyani V.I. - K. KVITS , 1999 , 464 p.
10. Savytska G.V. The economic analysis of a company: Manual. - 2nd edition , revised and finished. / Savytska H.V.-K. : Znannya, 2005. - S.637 - 653.
11. Shershnyova Z.E. The anti-crisis management: Manual. / Shershnyova Z.E., Bahatskyi VM // - K. KNEU , 2007. - P.143 - 145.

Надійшла 10.09.2013; рецензент: д. е. н. Димченко О. В.

## ОСОБЛИВОСТІ МЕТОДОЛОГІЇ ОРГАНІЗАЦІЙНОГО ПРОЕКТУВАННЯ ПІДПРИЄМСТВА В СУЧАСНИХ УМОВАХ ГОСПОДАРЮВАННЯ

*В статті розглянуті підходи до визначення сутності поняття «організаційне проектування підприємства» з погляду відомих вчених-економістів, визначено особливості, принципи та завдання організаційного проектування на підприємстві, запропоновано напрямки подальшого використання. Виокремлено програмні продукти на базі інформаційних систем для реалізації організаційних проектів на підприємстві.*

*Ключові слова: організаційне проектування підприємства, реалізація організаційних проектів на підприємстві, принципи та завдання організаційного проектування підприємства.*

І. А. SISOENKO

Kherson National Technical University

## FEATURES OF METHODOLOGY OF ORGANIZATIONAL DESIGN GROUP IN THE CONTEMPORARY ECONOMY

*The aim of the article is to highlight the features of organizational design companies in the modern business environment. Ensure effective problem solving in the process of organizational design company and achieve the parameters of the target forecasts requires compliance with generally accepted principles of organizational design are considered firm. latest modern requirements for organizational design and procedures used in this research techniques. One of the main ways to improve the organizational design of the company is making sound decisions requires appropriate information provision. Therefore, there is need for a software-based information systems to implement organizational project venture. Today, Ukrainian companies are most relevant software such as DSS-system and the ERP-system that actually become world standards. So, study the characteristics of organizational design company in the current economic conditions showed that today there is no single definition of the organizational design of the company, an important methodological role in the study of organizational design features the company played the principles and objectives of the organizational design of proposed software-based information systems to implement organizational projects the company will work more effectively in the enterprise.*

*Keywords: organizational design companies implement organizational projects in the company, the principles and objectives of organizational design company.*

### Постановка проблеми

В сучасних умовах господарювання підприємства знаходяться в складній економічній ситуації, яка викликана як зовнішніми чинниками (інфляція, недосконалість законодавчої бази, низька купівельна спроможність населення тощо), так і внутрішніми (нестача фінансових ресурсів, зношеність основних фондів, відсутність досконалого управління тощо). Це, у свою чергу, потребує ретельного проектування, що виявляється не тільки у попередньому плануванні майбутніх змін, але й у передбаченні їх значення, можливого впливу та наслідків для безпосередніх учасників процесу організаційного проектування на підприємстві.

### Аналіз останніх досліджень і публікацій

Проблеми організаційного проектування підприємства досліджували як вітчизняні, так і зарубіжні науковці. Значних результатів у розвитку даного питання досягли Г. Монастирський, А. Радугін, Дж. Гелбрейт, Б. Мільнер, Л. Пузиревський, В. Кукоба, К-Г. Грундіг, Л. Комарова, Л. Корміна, В. Гриньова, Дж. К. Джонс, Б. Андрушків, О.Є. Кузьмін, О. Виханський, Н. Герчика, А. Поршнева, З. Румянцева та ін.

#### Виділення невирішених частин

Науково-теоретичні та практичні аспекти організаційного проектування підприємства відображені у публікаціях вітчизняних і закордонних авторів ал залишаються невирішеними проблеми дослідження теоретичної основи про функції і процеси організаційного проектування підприємства, про його місце і роль у організації його діяльності, слабкі і малоефективні наявні засоби реалізації проектів.

### Формулювання цілей статті

Метою статті є висвітлення особливостей організаційного проектування підприємства в сучасних умовах господарювання. Для досягнення поставленої мети виникає необхідність у дослідженні таких питань:

- розкрити сутність організаційного проектування підприємства;
- виокремити принципи і завдання організаційного проектування підприємства та розкрити їх зміст;
- запропонувати застосування програмних продуктів на базі інформаційних систем для реалізації організаційних проектів на підприємстві.

### Виклад основного матеріалу дослідження

Сучасні умови господарювання в Україні мають ряд характерних особливостей, які необхідно враховувати при проектуванні організаційної діяльності підприємства. Тому, сучасні підприємства змушені

вивчати фактори, які впливають на їх діяльність з тим, щоб враховувати їх при проектуванні і вдосконаленні діючих організаційних структур. Ряд сучасних дослідників визначає суть організаційного проектування підприємства досить широко. Так, В.М. Парахіна, Т.М. Федоренко відмічають, що продуктом організаційного проектування підприємства є будь-які організаційні нововведення структурного і процесного характеру [1].

У традиційному викладі організаційне проектування підприємства зводиться головним чином до статички процесу управління, тобто до побудови структури організації, як правило, у рамках ієрархічного конструювання. М.М. Максимцев і М.А. Комаров вказують, що організаційне проектування підприємства забезпечує моделювання системи управління підприємством як перед його створенням, так і на початку значних перетворень на підприємстві [2].

Разом з тим, організаційне проектування підприємства являє собою комплекс робіт щодо створення, формування структури і системи підприємства [3]. За визначеннями [4, 5] організаційне проектування підприємства з точки зору його організаційної діяльності забезпечує встановлення взаємодії між членами підприємства з урахуванням виконаних ними робіт, а також процес пошуку відповідностей між ключовими елементами підприємства та його стратегією, який призводить до успіху.

Забезпечення ефективного вирішення завдань у процесі здійснення організаційного проектування підприємства і досягнення параметрів цільового прогнозу вимагає дотримання загальноприйнятих принципів організаційного проектування підприємства. Ці принципи сформульовані на основі теоретичного аналізу, підтверженого великим практичним досвідом проектної роботи підприємства. У них враховані новітні сучасні вимоги до процедури організаційного проектування і використовуювані при цьому наукові методи.

Принципи організаційного проектування підприємства безпосередньо впливають із законів та закономірностей управління. У спеціальній літературі не вироблено єдиного підходу до формулювання принципів організаційного проектування підприємства. Деякі дослідники тлумачать окремі закони як принципи, а принципи зводять у ранг законів. На думку більшості дослідників, принцип — це сформульоване людьми оптимальне правило (норма), що має об'єктивний характер [4].

Принципи організаційного проектування підприємства є відображенням об'єктивних закономірностей практики управління. Вони визначають вимоги до конкретної системи, структури та організації. Відповідно до цих вимог утворюються органи управління, встановлюються взаємини між його рівнями, застосовуються певні методи управління. Принципи організаційного проектування підприємства змінюються зі зміною реалій господарювання підприємства.

Розглянемо основні принципи організаційного проектування підприємства. Принцип ітеративності пояснюється тим, що організаційне проектування підприємства провадиться поетапно, а в деяких випадках передбачає паралельне виконання чітко розмежованих і логічно побудованих завдань проектування. При цьому вирішення довгострокових завдань здійснюється через реалізацію середньострокових і короткострокових ініціатив. Таким чином, досягнення мети організаційного проектування підприємства – це послідовний багатоетапний процес, який необхідно контролювати.

Принцип варіантності. Припускає формування учасниками процесу проектування здібностей до систематичного перебору варіантів і адекватного ухвалення рішень в ситуаціях вибору. Такий підхід породжує критичну і творчу дискусію з приводу рішення, що приймається, з урахуванням альтернативних варіантів і різних чинників, в результаті якої може бути знайдене добре обгрунтоване компромісне рішення, що є найбільш прийнятним варіантом.

Принцип забезпечення гнучкості та адаптивності організаційного проектування – можливість змінювати параметри функціонування підприємства в цілому, а також швидко пристосування до цих змін окремих елементів системи. Цілеспрямоване надання гнучкості процесу організаційного проектування повинне забезпечити його здатність трансформуватися і змінюватися в обмежених межах з урахуванням умов виробництва або іншого втручання, що міняються. Для виконання цієї вимоги потрібні:

- ретельне проектування, розраховане на перспективу (середньо- і довгострокову);
- модульне конструювання і стандартизація процесів виробництва і матеріально-технічного постачання, виробничих площ і приміщень за допомогою гнучких схем монтажу тощо;
- навмисне завищення параметрів деяких елементів системи (наприклад, виробничій потужності, можливості постачання і утилізації, розмірів виробничих площ і приміщень, експлуатаційного навантаження);
- додаткові фінансові витрати для забезпечення гнучкості виробництва (витрат майбутніх періодів);
- застосування гнучких виробничих структур, наприклад, нестационарних споруджень тимчасового використання (їх демонтаж і можливість повторного використання), великогабаритних повітряноопорних конструкцій промислового призначення.

Принцип ефективності організаційного проектування підприємства означає, що витрати на його проведення повинні бути найменшими при оптимальній глибині аналізу та його комплексності. З цією метою, крім доцільності організації, при його проведенні повинні широко використовуватися провідні методики, засоби, які полегшують роботу проектувальника. В цьому відношенні слід уникати як витратного



проектування (із завищеним числом притягнених фахівців), так і недофінансування проектування (із заниженим числом притягнених фахівців), тобто найважливішого значення набуває реальна оцінка необхідних витрат на проектування (величина і склад проектної бригади, тимчасова протяжність етапів проектування).

Принцип ідеального організаційного проектування. У рамках поетапного пошуку рішення вихідною точкою для подальшого вибору варіантів служить ідеальне організаційне проектування. Завдяки такому методичному підходу забезпечується можливість об'єктивної оцінки розбіжності реального проектування з ідеальним, внаслідок чого стають очевиднішими неминучі відхилення від заданого рівня.

Принцип дотримання економічної самостійності передбачає дотримання економічного суверенітету та урахування інтересів окремих суб'єктів організаційного проектування, відсутність будь-якого впливу на поточну діяльність підприємства.

Принципи субсидіарності та компліментарності передбачають надання стількох повноважень учасникам процесу організаційного проектування, скільки вони самі вважають доцільним, а точніше – посилюють для себе з метою ефективного їх виконання, а недостатні дії одного з учасників повинні доповнюватися відповідними діями решти.

Принцип рівності або недискримінації вимагає, що до вирішення однакових ситуацій не можуть застосовуватися різні правила, а неоднакові ситуації не можуть вирішуватися на основі одних і тих самих правил. Зрозуміло, що конкретний зміст і спосіб застосування цього принципу залежить від обставин.

Принцип солідарності передбачає, що участь у процесі організаційного проектування дозволяє учасникам користуватися її перевагами.

Принцип єдності інформаційної бази. Як показує практика, відсутність якісних баз даних та технічного забезпечення інформаційного обслуговування процесу організаційного проектування, або несумісність інформаційних даних ускладнює, а інколи унеможливує інформаційний обмін між суб'єктами проектування. Реалізація процесу проектування можлива за умови створення інформаційної бази даних, основним ядром якої повинна бути модель економічного стану підприємства. Даний принцип передбачає забезпечення рівного доступу до інформації, забезпечення повноти і достовірності інформації, що надається, встановлення оптимальних строків обнародування інформації шляхом визначення обов'язкового обсягу і способів розкриття інформації.

Принцип відповідальності. Однією з функцій учасників процесу організаційного проектування є відповідальність за досягнення мети проектування.

Принцип синергізму полягає в тому, що результати від спільного використання ресурсів перевищують результати від використання тих самих ресурсів тільки окремо.

Принцип розвитку відображає фундаментальні засади подальшого розвитку й удосконалення процесу організаційного проектування на підприємстві.

Принцип прискореного розвитку. Виконання даного принципу вимагає розвитку матеріально-технічної бази формування на основі створення типізованих і стандартизованих схем використання транспортних засобів, механізмів, пристроїв.

Принцип динамічності розвитку характеризує зміну якісного складу учасників організаційного проектування підприємства, розвиток їх техніко-технологічних можливостей. Динаміка розвитку відображає в часі зміну кількісного та якісного складу взаємозв'язків учасників, проявляється також у безперервному вдосконаленні організаційних та технічних засобів пошуку, розробки та впровадження інновацій, розробки ефективних схем та механізмів залучення інвестицій.

Принцип нарощування техніко-технологічних можливостей показує зростаючу спроможність використовувати нову техніку та прогресивні технології з розвитком матеріально-технічної бази формування, розширенням спектру супутніх послуг.

Принцип пропорційності розвитку говорить про те, що будь-які дії учасників процесу проектування не повинні йти далі того, що необхідно для досягнення цілей системи [6].

В практичній діяльності сучасних підприємств процес організаційного проектування найчастіше передбачає вирішення таких основних завдань: 1) розподіл праці й спеціалізація; 2) департаменталізація й кооперація; 3) зв'язки на підприємстві й координація; 4) масштаб управління й контролю; 5) ієрархія підприємства та її ланцюговість; 6) розподіл повноважень та відповідальності; 7) централізація та децентралізація; 8) диференціація і інтеграція [7].

Розподіл праці й спеціалізація. Задля того, щоб втримувати лідируючі позиції в конкурентному середовищі підприємство повинно здійснювати ефективний розподіл праці, тобто розділяти роботу підприємства на специфічні завдання між його працівниками. Спеціалізація є формою поділу праці, при якій кожен конкретний працівник концентрує свої здібності і зусилля на виготовленні одного виду продукції при галузевому розподілу праці; при спеціалізації на виконанні однієї деталі – подетальний, і при спеціалізації на одній операції – операційний розподіл праці.

Розподіл праці в організації проходить за двома напрямками:

- горизонтальна спеціалізація – поетапний розподіл робіт в організації (забезпечення – планування – організація надання послуг);

- вертикальна спеціалізація – розподіл робіт за рівнями ієрархії в організації як в цілому, так і в окремих підрозділах.

Департаменталізація й кооперація. Департаменталізація – це процес розподілу видів діяльності і ресурсів в логічні виробничі одиниці для виконання певних організаційних завдань. Залежно від ознак і критеріїв розподілу підприємства на блоки прийнято розрізняти функціональну, територіальну, виробничу, проектну департаменталізацію.

Функціональна департаменталізація – це процес розподілу на групи видів діяльності і ресурсів усередині підприємства так, щоб службовці, що виконують однакові або схожі види діяльності, були об'єднані в один відділ. Групи видів діяльності в цьому випадку зосереджуються на основних функціях бізнесу. У типовому виробничому бізнесі відділи зазвичай затверджуються для того, щоб виконувати виробничі, фінансові і маркетингові функції.

Функціональна департаменталізація є найбільш загальноприйнятим підходом для розподілу видів діяльності і ресурсів за групами. Це особливо широко поширено серед дрібних підприємств [8].

Територіальна департаменталізація – створення груп людей на базі певної території, де в тій або іншій формі здійснюється діяльність підприємства. Діяльність підприємства на цій території повинна підкорятися відповідному керівникові, який несе за неї відповідальність. Для великих підприємств територіальне ділення дуже важливе, оскільки фізичне різноманіття діяльності викликає труднощі для координації.

Виробнича департаменталізація. У багатьох великих підприємствах, у яких є диверсифіковане виробництво, діяльність і персонал групуються на базі продукції. Зі збільшенням масштабу фірми складно координувати зусилля різних функціональних груп, тому стає доцільним і перспективним створення виробничих підрозділів. Ця форма організації дозволяє персоналу накопичувати досвід в області досліджень, виробництва і розподілу продукції.

Концентрація повноважень і відповідальності в спеціальних департаментах дає можливість керівникам ефективно координувати усі види діяльності.

Проектна департаменталізація. При проектній департаменталізації діяльність і персонал зосереджені в підрозділі на тимчасовій основі. Керівник проекту відповідає за усі види діяльності – від початку до повного завершення проекту або якоїсь його частини. Після завершення роботи персонал, зайнятий на тимчасовій основі, переводиться до інших департаментів або притягується до інших проектів. Керівник проекту часто має у своєму підпорядкуванні інженерів, бухгалтерів, керівників виробництва, дослідників [5].

Зв'язки на підприємстві й координація. На підприємстві виділяють різні типи зв'язків. Все залежить від того, який критерій покладений в основу їх класифікації. Найчастіше аналізу піддаються наступні пари зв'язків на підприємстві: вертикальні і горизонтальні; лінійні і функціональні; формальні і неформальні.

Вертикальні зв'язки сполучають ієрархічні рівні на підприємстві і його частинах. Вони формалізуються в процесі проектування підприємства, діють постійно і зображаються на усіх можливих його схемах, відбиваючи розподіл повноважень або вказуючи на те, "хто є хто" в організаційній ієрархії. Ці зв'язки служать каналами передачі розпорядливої і звітної інформації, створюючи тим самим стабільність на підприємстві. У рамках вертикальних зв'язків вирішуються проблеми влади і впливу, тобто реалізується "вертикальне завантаження" роботи. Зазвичай зростання організації супроводжується зростанням вертикальних зв'язків, так що по кількості цих зв'язків можна судити про розмір організації.

Горизонтальні зв'язки – це зв'язки між двома або більше по положенню в ієрархії або статусу частинами або членами підприємства. Їх головне призначення – сприяти найбільш ефективній взаємодії частин підприємства при рішенні проблем, що виникають між ними. Вони допомагають зміцнювати вертикальні зв'язки і роблять підприємство в цілому стійкішим при різних зовнішніх і внутрішніх змінах. Горизонтальні зв'язки створюють ряд важливих переваг. Вони економлять час і підвищують якість взаємодії. Горизонтальні зв'язки розвивають у керівників самостійність, ініціативність і мотивованість, послаблюють боязнь ризику.

Лінійні зв'язки – це засадничий тип зв'язків на підприємстві. Він пов'язаний з ухваленням рішень і віддачею розпоряджень, які мають пряме відношення до здійснення завдань підприємства. Лінійний менеджер має владу командувати безпосередніми підлеглими. Делегування лінійних зв'язків забезпечує організаційну управлінську ієрархію або ланцюг команд.

Функціональні зв'язки призначена для доповнення лінійних і штатних зв'язків при здійсненні особливих завдань. Функціональні зв'язки мають в організаційній ієрархії спрямованість від низу до верху і виступають у формі поради, рекомендації, альтернативного рішення.

При проектуванні підприємства особливе значення придбаває аналіз ще однієї пари зв'язків – формальні і неформальні. Формальні зв'язки – це зв'язки координації, регульовані встановленими або прийнятими на підприємстві цілями, політикою і процедурами. На практиці формальні зв'язки служать основою затверджених на підприємстві посадових інструкцій, особливо в частині опису характеру стосунків між різними посадами. Ці зв'язки носять заданий характер. Неформальні зв'язки з'являються тоді, коли формальні зв'язки не виконують свої ролі: або не служать інтересам працівника, або інтересам

підприємства. Неформальні святи існують завжди, оскільки практично неможливо втиснути в посадову інструкцію усі нюанси реального життя, в усьому їх багатстві і з усіма їх протиріччями. Неформальні зв'язки є основою формування неформальних груп, появи неформальних лідерів і створення "паралельного" неформального підприємства [5].

Масштаб управління й контролю. Вузкий масштаб керованості характеризується мінімальні кількістю підлеглих у одного керівника. У результаті, щоб з'єднати нижні ланки підприємства з вищою ланкою, збільшується кількість ієрархічних рівнів. Таке групування людей і робіт має ряд переваг. При меншому кількості підлеглих керівникові легше здійснювати контроль за їх роботою, і тому у нього з'являється можливість робити це боєм якісно. Він також може швидше обмінюватися інформацією з меншою кількістю підлеглих. Проте при такій побудові зв'язків є і недоліки. У керівника, дуже завантаженого контролем невеликого числа працівників, може з'явитися прагнення до втручання в їх безпосередню роботу.

Широкий масштаб керованості має характеристики, протилежні до вузького: максимально можлива кількість підлеглих у одного керівника і мінімальна кількість рівнів ієрархії. Таке групування людей і робіт характеризується наступними перевагами. Маючи багато підлеглих, керівник вимушений делегувати свої повноваження, щоб їх усіх завантажити роботою. Делегування ж повноважень саме по собі – факт позитивний. Наділяючи своїх підлеглих правами по виконанню роботи, керівник має бути упевнений, що вони з нею впораються, і тому найчастіше у такому разі підбирається сильна і кваліфікована команда. До недоліків широкого масштабу керованості можна віднести "ефект пляшкового горла", що приводить керівника до перевантаженості в рішенні рутинних завдань. Розвиток ситуації в цьому напрямі може привести до втрати контролю над підлеглими, що знаходяться за межами можливостей керівника.

Ієрархія підприємства та її ланцюговість. Ієрархія означає розташування частин цілого в порядку від вищого до нижчого, а для підприємства - це просто структура влади, або ланцюговість. Рівнем управління на підприємстві вважається та його частина, у рамках якої і відносно якої можуть прийматися самостійні рішення без їх обов'язкового узгодження. Кількість рівнів управління тісно пов'язана з можливістю ефективного здійснення лінійних і функціональних зв'язків на підприємстві. Ці зв'язки в контексті рівнів управління розглядаються з точки зору координації рішень, що приймаються. Тому визначення кількості рівнів управління тісно пов'язане з такими змінними чинника координації, як права, що реалізуються, і обмінювана інформація.

Розподіл повноважень та відповідальності. У практиці організаційного проектування підприємства застосовуються дві системи розподілу прав і відповідальності або повноважень по рівнях ієрархії. Перша система будується на основі принципу єдності підпорядкування, а її схема чимсь схожа на «ялинку». Веберівська бюрократична організація відрізняється високою чіткістю у фіксації прав і відповідальності керівника кожного рівня, дозволяє знайти відповідального за невдачу.

Друга система — система подвійного або множинного підпорядкування «мотрійка» побудована так, що права й відповідальність більш владного керівника повністю поглинають права й відповідальність всіх нижчестоящих керівників. При такій системі права й відповідальність розпилені між багатьма рівнями підприємства, тут практично неможливо знайти винного за те, що відбулося. Система свідомо допускає наявність двох і більше осіб, які мають однакові повноваження щодо об'єкта керування. Таке положення дозволяє вищому ешелону влади здійснювати тотальний контроль.

Централізація та децентралізація. Централізація — це концентрація прав прийняття рішень, зосередження владних повноважень на верхньому рівні керівництва підприємства. Централізація є реакцією організованої системи, спрямованою на запобігання перекручування інформації при передачі її через всю кількість, що збільшується, рівнів керування.

Децентралізація — це передача або делегування відповідальності за ряд ключових рішень, а отже, і передача відповідної цієї відповідальності прав на нижні рівні керування підприємством.

Ступінь централізації або децентралізації визначають:

- число рішень, прийнятих на кожному з рівнів керування;
- важливість рішення для організації в цілому;
- ступінь контролю за виконанням ухваленого рішення.

Диференціація і інтеграція. Диференціація — розподіл на підприємстві робіт між її частинами або підрозділами таким чином, щоб кожна з робіт одержала певний ступінь завершеності в рамках даного підрозділу.

Інтеграція означає рівень співробітництва, що існує між частинами підприємства і забезпечує досягнення їхніх цілей у рамках вимог, пропонованих зовнішнім оточенням.

Дещо інше бачення організаційного проектування підприємства має Л. С. Пузиревський, який виділяє такі його завдання: 1) підбирання елементів системи у кількісному і якісному відношеннях; 2) розподіл елементів у просторі; 3) встановлення структури системи як горизонтальну (технологічну), так і вертикальну (управляючу); 4) розроблення регламенту процесів, що проходять у системі; 5) встановлення характеру інформаційних взаємозв'язків елементів системи; 6) проектування технології управлінських процесів [9].

Нині багатьом сучасним підприємствам доводиться балансувати на межі банкрутства, що пояснюється загостренням ринкової конкуренції та зменшенням рівня платоспроможності споживачів. За цих умов втрати підприємств від неефективного менеджменту стають особливо відчутними. Одним з основних шляхів удосконалення організаційного проектування на підприємстві є прийняття обґрунтованих рішень, що потребує відповідного інформаційного забезпечення. Тому є необхідність застосування програмних продуктів на базі інформаційних систем для реалізації організаційних проектів підприємства.

Сьогодні для українських підприємств найбільш актуальними є такі програмні продукти як DSS-система та ERP-система, що фактично стали світовими стандартами. ERP-система – інтегрована інформаційна система управління, що дає змогу створити єдине інформаційне середовище для автоматизації планування, обліку, контролю, управління й аналізу всіх основних господарських процесів підприємства, що реалізовує концепцію ERP.

ERP – термін, введений дослідницькою фірмою Gartner Group для опису систем управління. Ці системи мають забезпечувати автоматизацію процесів планування, прогнозування й управління фінансами, виробництвом, матеріально-технічним постачанням і збутом, бухгалтерським обліком, а також проектування продукції і розробку технологічних процесів тощо. ERP є світовим стандартом управління, запропонованим Американським співтовариством управління виробництвом і запасами. Типова ERP-система включає такі підсистеми: виробництво, постачання і збут, управління запасами, післяпродажне обслуговування виробленої продукції, кадри, наукові дослідження і конструкторські розробки, фінанси.

Система класу ERP включає три базових блоки:

а) формування основного плану на основі замовлень клієнтів і прогноз попиту. Це організаційно-алгоритмічний процес, який включає процедуру швидкої перевірки виконуваності плану з ресурсів, так зване "приблизне планування потужності" (Rough Capacity Planning);

б) планування потреб, тобто формування плану-графіка виготовлення партій виробів власного виробництва і плану-графіка закупівлі матеріалів та комплектуючих. При цьому працюють цілком визначені алгоритми розрахунку розмірів замовлень і дат запуску замовлень на основі сітьових моделей. На цьому етапі виконують також розрахунок завантаження ресурсів або балансування плану-графіка з ресурсів — процедуру планування потужності (Capacity Planning);

в) оперативне управління. Процедури перевірки укомплектованості і запуску замовлень, управління процесом виробництва через механізми виробничих циклів, пріоритетів, розмірів замовлень, при цьому ведеться облік виконання операцій і замовлень та складський облік [10].

Переваги впровадження ERP-систем полягають у зниженні собівартості за рахунок підвищення продуктивності; зменшенні часу виходу товарів і послуг на ринок; скороченні кількості виробничих операцій; зменшенні складських запасів; підвищенні якості продуктів; зростанні інформованості керівництва; підвищенні якості прогнозу і планування; формалізації бізнес-процесів на підприємстві; інтеграції всіх підрозділів підприємства. У ERP-системах автоматично планується завантаження виробничих потужностей підприємства відповідно до тих параметрів, які були сформовані на основі наявних замовлень. Безпосередньо в процесі прийому замовлення ERP-система розраховує собівартість і ціну одиниці товару, при цьому враховуються всі компоненти собівартості виробництва і витрати на доставку відповідно до індивідуальних вимог клієнта. Час і витрати, необхідні для переналагодження устаткування при зміні асортименту продукції, що випускається, також враховуються ERP-системою при плануванні виробництва і розрахунку собівартості.

Це дозволяє виробникам переходити на роботу за індивідуальними замовленнями. Відповідно інтегруються автоматизовані системи управління, при цьому саме електронна комерція дозволяє автоматизувати найбільш трудомісткі етапи комерційної діяльності. ERP-системи, що забезпечують ресурсне планування й інтегроване управління всіма бізнес-процесами, доцільно розглядати як основу Internet-рішень компанії. Відсутність надійної системи внутрішнього планування і контролю, інтегрованої із зовнішнім Internet-рішенням, прирікає компанію на невдачу в новій економіці.

До типових проблем впровадження ERP-систем на підприємстві відносяться: неефективність впровадження, складність ефективної інтеграції ERP-систем із застосуваннями інших підприємств, обмеження аналітичної можливості ERP-систем і недостатня підтримка процесів прийняття рішення, недостатність можливостей щодо генерації складних інформаційних потоків.

В Україні підприємств, які впровадили ERP-системи, невелика кількість, що пов'язано з відсутністю коштів на такі дорогі проекти, неефективністю впровадження (70 % проектів впровадження ERP-систем завершуються невдало), певною складністю ефективної інтеграції ERP-систем з іншими застосуваннями, у тому числі при інтеграції із системами електронного бізнесу, обмеженими аналітичними можливостями ERP-систем і недостатньою підтримкою процесів прийняття рішень, прямих комунікацій між інформаційними системами замовника і постачальника.

DSS (Decision Support Systems) – система підтримки ухвалення рішень – це комп'ютерна система, яка шляхом збору і аналізу великої кількості інформації може впливати на процес ухвалення рішень щодо здійснення організаційного проектування на підприємстві. Інтерактивні системи дозволяють керівникам отримати корисну інформацію з першоджерел, проаналізувати її, а також виявити існуючі бізнес-моделі для

вирішення певних завдань. За допомогою DSS можна простежити за усіма доступними інформаційними активами, отримати порівняльні значення обсягів продажів, спрогнозувати дохід підприємства при гіпотетичному впровадженні нової технології, а також розглянути усі можливі альтернативні рішення.

DSS дозволяє полегшити роботу керівникам підприємств і підвищити її ефективність. Вони значно прискорюють рішення проблем у бізнесі. DSS сприяють налагодженню міжособового контакту. На їх основі можна проводити навчання і підготовку кадрів. Ці інформаційні системи дозволяють підвищити контроль над діяльністю підприємства. Наявність чітко функціонуючої DSS дає великі переваги в порівнянні з конкуруючими структурами. Завдяки пропозиціям, висуненим DSS, відкриваються нові підходи до рішення повсякденних і нестандартних завдань [11].

### Висновки

Отже, на основі вищевикладеного матеріалу щодо особливостей організаційного проектування підприємства в сучасних умовах господарювання можна зробити деякі узагальнюючі висновки:

- на сьогодні не існує єдиного визначення поняття організаційного проектування на підприємстві;
- важливу методологічну роль в дослідженні особливостей організаційного проектування на підприємстві відіграють принципи і завдання організаційного проектування підприємства;
- запропоновані програмні продукти на базі інформаційних систем для реалізації організаційних проектів на підприємстві сприятимуть більш ефективній роботі на підприємстві.

### Література

1. Парахина В. Н. Теория организации / В. Н. Парахина, Т. М. Федоренко – М. : КНОРУС, 2009 – 296 с.
2. Хохлова Т. П. Эволюция методологии организационного проектирования: динамическое горизонтальное структурирование / Т. П. Хохлова // Менеджмент в России и за рубежом. – № 4. – 2006. – С. 12–26.
3. Гриньова В. М. Організація виробництва : [підруч. ] / В. М. Гриньова, М. М. Салун. – Київ : Знання, 2009. – 582 с.
4. Монастирський Г. Л. Теорія організації : [навч. посіб.] / Монастирський Г. Л. – К. : Знання, 2008, – 319 с.
5. Зайцева О. А. Основы менеджмента / Зайцева О. А., Радугин А. А., Радугин К. А., Рогачева Н. И. – М. : Центр, 2000. – 432 с.
6. Артынов А. П. Управление взаимодействием транспортных систем / А. П. Артынов, Г. А. Кондратьев. – М. : Наука, 1986. – 198 с.
7. Виханский О. С. Менеджмент / О. С. Виханский, А. И. Наумов – М. : Экономист, 2006. – 670 с.
8. Мільнер Б. З. Теорія організації / Мільнер Б. З. – М. : ІНфра-М, 2000. – 480 с.
9. Пузыревский Л. С. Основы организационного проектирования / Пузыревский Л. С. – Л. : Изд-во Ленингр. ун-та, 2002 – 132 с.
10. Плєскач В. Л. Інформаційні системи і технології на підприємствах / В. Л. Плєскач, Т. Г. Затонацька. – К. : Знання, 2011. – 718 с.
11. Івахненко С. В. Інформаційні технології в організації бухгалтерського обліку та аудиту / Івахненко С. В. – К. : Знання – Прес, 2003. – 349 с.

### References

1. Parakhyna V. N., Fedorenko T. M. Teoryia orhanyzatsyy. M, KNORUS, 2009, 296 p.
2. Khokhlova T. P. Эволюция методологии организационного проектирования: динамическое горизонтальное структурирование, Menedzhment v Rossyy u za rubezhom, 2006, № 4, pp. 12-26.
3. Hrynova V. M., Salun M. M. Orhanizatsiia vyrobnytstva. Kyiv, Znannia, 2009, 582 p.
4. Monastyrskiy H. L. Teoriiia orhanizatsii. K, Znannia, 2008, 319 p.
5. Zaitseva O. A., Raduhyn A. A., Raduhyn K. A., Rohacheva N. Y. Osnovy menedzhmenta. M, Tsent, 2000, 432 p.
6. Artynov A. P., Kondratev H. A. Upravlenye vzaymodeistviem transportnykh system. M, Nauka, 1986, 198 p.
7. Vykhanskiy O. S., Naumov A. Y. Menedzhment. M, Ekonomyst, 2006, 670 p.
8. Milner B. Z. Teoriiia orhanizatsii. M, Ynfra-M, 2000, 480 p.
9. Puzirevskiy L. S. Osnovy orhanyzatsyonnoho proektyrovaniya. L, Yzd-vo Lenynhr. un-ta, 2002, 132 p.
10. Pleskach V. L., Zatonatska T. H. Informatsiini systemy i tekhnolohii na pidpriemstvakh. K, Znannia, 2011, 718 p.
11. Ivakhnenkov S. V. Informatsiini tekhnolohii v orhanizatsii bukhgalterskoho obliku ta audytu. K, Znannia, Pres, 2003, 349 p.

Надійшла 27.08.2013; рецензент: д. е. н. Фомішина В. М.

## СУТНІСТЬ КОРПОРАТИВНОГО УПРАВЛІННЯ ТА ОСНОВИ ФОРМУВАННЯ СИСТЕМО-СИНЕРГІЧНОГО ПІДХОДУ ДО ОЦІНКИ ЙОГО ЕФЕКТИВНОСТІ

*Метою даної статті є висвітлення деяких теоретичних аспектів корпоративного управління та основ формування системно-синергичного підходу до оцінки його ефективності. Розглянуто сутність поняття «корпорація», корпорації першого покоління, «нові корпорації», їх переваги і недоліки. Наведено узагальнену структуру сучасних корпорацій, яка об'єднує внутрішнє і зовнішнє середовище та основні суб'єкти їх діяльності. Охарактеризовано корпоративний розвиток нафтогазовидобувних підприємств корпоративної структури під час інтелектуальних перетворень на системно-синергичних засадах. Розглянуто питання оцінки ефективності управління корпоративним розвитком, показано, що саме йому притаманні синергичні ефекти. Розглянуто та охарактеризовано сутність корпоративного управління нафтогазовидобувними підприємствами України на основі формування системно-синергичного підходу до оцінки його ефективності.*

*Ключові слова:* корпоративне управління, системно-синергичний підхід, синергетика, ефективність.

I. G. FADYEYeva

Ivano-Frankivsk National Technical University of Oil and Gas

## NATURE AND CORPORATE GOVERNANCE PRINCIPLES OF SYSTEMATIC AND SYNERGETIC APPROACH TO EVALUATE ITS EFFECTIVENESS

*The purpose of this paper is to highlight some of the theoretical aspects of corporate governance and the foundations of the system-synergistic approach to evaluate its effectiveness. The essence of the term "corporation" corporations first generation "new corporation", their advantages and disadvantages. Summarizes the structure of the modern corporation that integrates internal and external environment and the main subjects their activity. Characteristic of corporate development oil and gas companies in the corporate structure of intelligent transformations on system-synergy basis. The problem of evaluating the effectiveness of corporate governance development, we show that it is inherent synergistic effects. Considered and described the essence of corporate governance naftogazovydyvnyymi enterprises of Ukraine on the basis of system-forming synergistic approach to evaluate its effectiveness.*

*Keywords:* corporate management, systematic and synergetic approach, synergy, efficiency.

### Вступ

Стратегічне управління нафтогазовидобувною галуззю національної економіки України як складною економічною системою в умовах динамічних змін ринкового середовища може бути ефективним лише з урахуванням розвитку світової економіки та її проблем, які потребують системного осмислення, аналізу і врахування у теоретичних концепціях. Новими економічними реаліями у наш час є глобалізація, гіперконкуренція, потужний вплив на світову економіку групи транснаціональних корпорацій і багатонаціональних корпорацій, інституціональні революції у провідних країнах світу, перманентна економічна та екологічна кризи, негативні тенденції у розподілі благ між багатими і бідними, зростаюча роль науки, знань, компетенцій, а також зростання нелінійності, невизначеності, ускладненості та непрогнозованості майбутнього [1, с. 4-9; 2, с. 16-34; 3, с. 97-114; 4, с. 17-22].

Слід зазначити, що економічні постулати глобалізації як процесу економічної, політичної, технологічної, культурної, інформаційної інтеграції на глобальному рівні були закріплені ще у 1990 р. у «Вашингтонському консенсусі» та підтверджені у «Пост-Вашингтонському консенсусі» у 1997 р. і є дійсними на даний час [5, с. 9-10]. Економічними наслідками глобалізації є формування глобальної мегаекономічної системи та вихід на національні ринки потужних гіперкорпорацій з капіталізованою вартістю у десятки і сотні мільярдів доларів, що перевищує ВВП багатьох країн світу.

### Постановка проблеми

Концентрація світової економічної могутності у руках усього 300 величезних транснаціональних корпорацій та багатонаціональних компаній створює нову ситуацію на світових і національних ринках [1, с. 6-9; с.58-77; 7, с. 22-26], яка кваліфікується як гіперконкуренція. У результаті гіперконкуренції склалася ситуація, за якої ринкам будь-якого рівня протистоять потужні світові мережеві структури, а не рівноцінні корпорації. Наслідком такого явища може стати непотрібність не тільки окремих корпорацій, але й цілих галузей національних економік і навіть економік цілих держав. До нових реалій сучасної економіки належить і ускладнення економічних систем за природою елементів, з яких вони складаються, відносин, зв'язків і взаємодій по вертикалі і горизонталі, а також системне переплетення великих корпорацій з дрібним бізнесом зі створенням великої різноманітності інституціональних форм відносин. Тому економіка ХХІ століття у провідних країнах світу є динамічним поєднанням великих інституціональних керованих структур зі значною кількістю дрібних виробників та їх асоціацій. Такі інституціональні відносини спричиняють велику різноманітність форм господарювання та преференцій, зокрема податкових та митних, системи держзамовлень та ін. Отже, інституціональний фактор став вирішальним у організації і управлінні

економічними системами, тоді як капітал, як індивідуальна власність, поступово витісняється з систем управління економікою [7, с. 22].

Окрім цього, ще однією тенденцією нашого століття стає перетворення науки, наукових досліджень і розробок безпосередньо на продуктивну силу – наука стає дуже важливим чинником економічного розвитку [8, с. 5-12]. Тому у розвинутих країнах світу зростають обсяги інвестицій у науково-дослідні роботи. Досвід показує, що наука й інновації, які ґрунтуються на її результатах, забезпечують приріст ВВП на 75-90%. Отже, економіка стає економікою знань і носить інноваційний характер, а інноваційний процес стає транснаціональним, мережевим, кластерним на початкових етапах та інтернаціональним на подальших стадіях розвитку бізнесу.

#### **Аналіз останніх досліджень та публікацій**

Аналіз останніх досліджень та публікацій свідчить, що сучасний інноваційний процес є ланцюжком «фундаментальна наукова ідея (ядро) → прикладна розробка (інноваційний кластер) → впровадження у промислову технологію на національному рівні → глобальна мережа (інтернаціоналізація)», що реалізує синергію науки, промисловості і фінансового капіталу. Внаслідок цього спостерігається значне зростання продуктивності праці за рахунок переходу від однієї інновації до іншої [2, с. 6-15], що призводить до нелінійного еволюційного розвитку економіки. Одночасно конкуренція на ринках перетворюється на конкуренцію нелінійних та лінійних інновацій. Нелінійний характер економічних процесів у світовій економіці можна спостерігати на прикладі зміни індексів промислового виробництва, динаміки виробництва у галузях-лідерах, посткризового підйому, інфляції грошової маси та ін. [7, с. 23].

Проведений аналіз літературних джерел [2÷5; 6, 8, 9, 12, 13 та ін.] свідчить, що найвагомішими чинниками, які визначають економічний розвиток у світі на макроекономічному рівні, на рівнях національних і регіональних економік, є глобалізація, гіперконкуренція, зростаюча роль транснаціональних корпорацій, нелінійність, ускладнення взаємодій, невизначеність, ризики і темп змін, що зростають. Все це формує перед економічною наукою нові проблеми, які треба вирішувати на різних рівнях, зокрема на рівні корпорацій.

#### **Виділення невирішених раніше частин**

Однією з невирішених наукових проблем є формування теоретичних аспектів корпоративного управління та основ системно-синергічного підходу до оцінки його ефективності.

#### **Постановка завдання**

Метою даної статті є висвітлення деяких теоретичних аспектів корпоративного управління та основ формування системно-синергічного підходу до оцінки його ефективності.

#### **Виклад основного матеріалу дослідження**

Поняття «корпорація» розглядається як договірне об'єднання, створене на основі поєднання виробничих, наукових та комерційних інтересів, з делегуванням окремих повноважень централізованого регулювання діяльності кожного з учасників [10, с. 577]. Проте у економічній науці застосовується усталене поняття «корпорація», сутність якого полягає у наступному: до корпорацій належать компанії або фірми, що мають форму юридично незалежного об'єкта, у яких власність розподілена на частини, але відповідальність кожного власника обмежена його внеском у підприємство, тобто це компанії або фірми зі складною інституціональною структурою і системою управління, а також організацією виробництва, у яких функції власника і функції управління (менеджменту) відокремлені [6, с. 22-52; 9, с. 32-46].

Зазначимо, що корпорації першого покоління (Siemens, General Electric, General Motors, Ford Motors Co та ін.), які широко використовували адміністративні методи, вертикальну ієрархію управління і лінійну організаційну структуру, називають корпораціями «фордівського типу». На зміну їм прийшли корпорації «слоунівського типу». А. Sloan як менеджер фірми General Motors, використав інший метод управління – економічне примушення і стимулювання. Він реорганізував корпорацію General Motors, перетворивши її на конгломерат різнопрофільних підприємств, управління якими здійснювалося через контрольні пакети акцій. Економічна самостійність підрозділів, які входили до складу корпорації, була високою. Практика показала, що ефективність діяльності корпорацій, організованих на основі ефективних горизонтальних економічних зв'язків, була вищою за ефективність корпорацій «фордівського типу» [12].

Проте у другій половині двадцятого століття з'явилися корпорації некласичного типу, які отримали назву «нові корпорації». Вони відрізнялися тим, що ними були сконцентровані активи інституціональних власників (пенсійних і страхових фондів) безпрецедентних масштабів. У таких корпораціях переважала вертикальна інтеграція і був встановлений прямий контроль постачальників та споживачів. У активах нових корпорацій людський потенціал переважав над матеріальними активами, а ресурсна орієнтація – над ринковою. Перш за все вони орієнтувалися на внутрішні ресурси корпорації, тобто на знання й уміння персоналу. Слід зазначити, що межі нових корпорацій є розмитими, нечіткими, віртуальними та постійно змінюються [7, с. 24].

До «нових корпорацій» належать: необмежені (мережеві) корпорації; корпорації «зворотної диверсифікації» (тобто корпорації, які звільняються від непрофільних продуктів і концентрують ресурси на перспективних напрямках); корпорації типу аутсорсингу, тобто корпорації, які залишають за собою лише функції розробки «ноу-хау», проектні, дослідні роботи, консалтинг, а решту функцій передають іншим

фірмам; транснаціональні і багатонаціональні корпорації; міжнародні корпорації, які мають свої підрозділи у декількох країнах і управляють цими підрозділами з одного або декількох центрів. Управління ними здійснюється на основі такого механізму прийняття рішень, який дає змогу реалізувати узгоджену і спільну стратегію, розподіл ресурсів, освоєння нових технологій і має солідарну відповідальність з метою досягнення спільної місії і системи цілей корпорації [2]. Корпорації на даний час є ключовою формою підприємницької діяльності у таких індустріальних країнах з розвинутою ринковою економікою як США, Японія, Канада. Корпоративні міжгалузеві групи контролюють до 50% промислового виробництва і торгівлі цих країн, їм належить приблизно 80% усіх патентів і ліцензій на нову техніку і технологічні розробки. Загалом, у ринковій економіці корпорації вважають основною інституційною формою підприємництва.

Визначень корпорації існує багато, але з найзагальніших позицій можна сказати, що корпорація є підприємницькою організацією, що володіє розвинутою організаційною структурою, широким спектром видів діяльності, істотною часткою ринку, широкими господарськими зв'язками і професійними менеджерами [6, 9, 11]. Корпорація – це складна, багатоаспектна, ієрархічна, соціотехнічна система, основний суб'єкт ринку, що, у свою чергу, є підсистемою національної економіки, який сформований на основі поєднання у собі таких базисних інститутів як власність, влада, управління, праця. Корпорація також є особливою відкритою системою, яка містить у собі три основні підсистеми, а саме: інституціональну, виробничу та соціальну. Корпорація може складатися з багатьох підприємств у вигляді своїх підрозділів, а також бути акціонером інших товариств або об'єднуватися з ними у концерни, консорціуми, холдинги тощо.

Встановлено, що у сучасних умовах господарювання корпоративний бізнес відрізняється за своєю формою від бізнесу індивідуальних підприємств і партнерств такими перевагами:

- обмеженою відповідальністю; тобто акціонери не зобов'язані
- відповідати за зобов'язаннями та боргами корпорації (втратити вони можуть тільки те, що інвестували в компанію);
- простотою переходу прав володіння акціями при їх реалізації;
- безстроковістю (а, отже, стабільністю) свого існування, так як
- перехід акцій з одних рук в інші не підриває цілісність корпорації.

Разом з тим корпораціям притаманні і певні недоліки. Зокрема, акціями великих компаній зазвичай володіє велика кількість людей, що породжує бездіяльність і безвідповідальність багатьох з них. Деякі акціонери не використовують своє право брати участь у голосуванні або використовують його формально, делегуючи вирішення усіх питань менеджерам компанії. Тобто відбувається суттєва розбіжність функцій власності та контролю. Іншим видом зловживань при корпоративній формі бізнесу може бути випуск нічим не забезпечених цінних паперів. Як недоліки корпоративної форми можна зазначити також можливість надмірної бюрократизації оформлення документів при реєстрації корпорації, а також подвійне оподаткування дивідендів: спочатку з прибутку компанії, а потім з доходу акціонера.

Зазначені вище проблеми у житті корпорацій не можна вважати органічно властивими цій формі бізнесу. Це скоріше потенційна небезпека, яка компенсується перевагами корпоративної організації бізнесу.

Проте деякі вітчизняні науковці вважають, що застосування терміну «корпорація» для українських підприємств є дещо умовним, і обґрунтовують використання поняття «корпоративні структури», під якими пропонується розуміти сукупність окремих одиниць господарської системи, де кожна складова може функціонувати на основі взаємодії з іншими елементами і є організацією, що розвивається за певними законами. Такі структури функціонують в умовах інтеграції на основі виробничо-технологічних та фінансових зв'язків, беручи участь у капіталі учасників корпоративної структури, взаємодіючи між собою та маючи єдиний координаційний центр – головну або керуючу компанію [6, 11]. Доречно зауважити, що за умов зростання рівня зовнішніх ризиків та, особливо, за умов кризи, саме корпоративні структури проявили себе найкраще у конкурентній боротьбі.

Проведений аналіз свідчить, що корпоративні структури повинні постійно трансформуватися та вдосконалюватися відповідно до вимог мінливого зовнішнього середовища. Відповідно виникає проблема ефективного управління такими суб'єктами господарювання з врахуванням особливостей внутрішнього та зовнішнього середовища.

Узагальнена структура сучасних корпорацій [7, с. 29], яка об'єднує внутрішнє, зовнішнє середовище та основні суб'єкти їх діяльності, наведена на рис. 1.

Бачимо, що як мінімум сім інституціональних одиниць створюють інституціональну структуру сучасних корпорацій. Складність інституціональних форм, відносин, взаємодій у процесі виробництва єдиного продукту викликає специфічну проблему в економічній теорії – необхідність створення теорії корпоративного управління. Проте теорія корпоративного управління в Україні і країнах СНД тільки починає формуватися.

Такі специфічні особливості української економіки, як створення корпорацій державної форми власності, відсутність досвіду управління корпораціями за умов різноманітності форм власності та ін., роблять проблему корпоративного управління й оцінку ефективності корпоративного управління однією з найактуальніших проблем економічної теорії [7, с. 28]. Тому для визначення цілей дослідження важливо конкретизувати об'єкт дослідження, а саме – це процес управління у корпоративному розвитку нафтогазовидобувних підприємств під час інтеграційних перетворень.



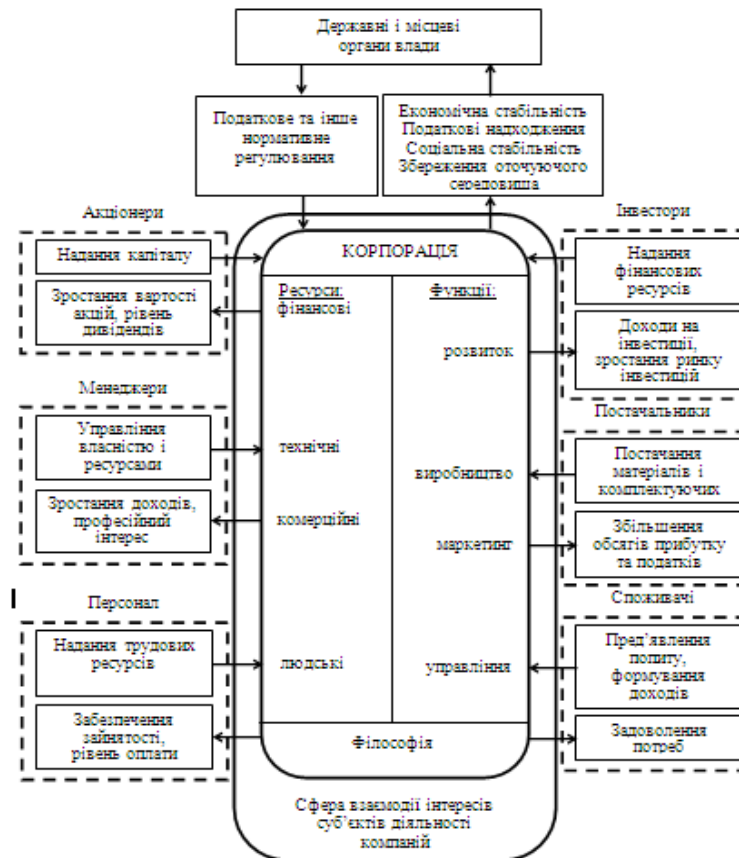


Рис. 1. Середовище та основні суб'єкти діяльності сучасних корпорацій (складено автором на основі джерел [5, 6, 9])

Під корпоративним розвитком слід розуміти зміни інституційних форм і відносин, методів і способів вирішення завдань, що ведуть до підвищення рівня організації і ефективності виробничої діяльності [8, с. 5-12; 6, 9, 12, 14]. Інтегрована промислова корпорація є стійким сполученням промислових та інфраструктурних об'єктів, що мають спільного власника і спільний апарат управління.

У 2012 р. найбільшими світовими нафтогазовими компаніями (рис. 2) стали компанії Ірану, Саудівської Аравії, Венесуели, Катару, Абу Дабі, Кувейту, Нігерії та ін. [15, с. 1-3].

Що стосується України, за даними НАК «Нафтогаз України», у 2011 р. на території України крім підприємств корпоративної структури нафту і газ видобували 19 компаній, основні частки у статутному капіталі яких належали приватним власникам. При цьому приватні компанії нарощують обсяги видобутку, на відміну від державних операторів, у яких впродовж декількох років спостерігається стагнація (табл.1).

Приватні компанії забезпечують лише 10% загальнонаціонального видобутку газу в Україні, а десять років тому цей обсяг становив лише 3%. Левова частка доходів від видобутку газу належить трьом найбільшим компаніям – ПАТ «Нафтогазвидобування», СП «Полтавська газонафтовидобувна компанія» (ПГНК) і ПАТ «Природні ресурси». Сумарно у 2011 р. ці компанії видобули 1,4 млрд. м<sup>3</sup> вуглеводнів. Компанії планують збільшити видобуток газу за рахунок освоєння нових площ та інвестицій. Державні газовидобувні компанії пояснюють зменшення обсягів видобутку заниженим тарифом, за яким вони вимушені реалізовувати газ, і високими податками, які обмежують можливості інвестувати у розробку нових газових родовищ. Однак, саме підприємствами корпоративної структури, які входять до складу НАК «Нафтогаз України» видобувається найбільший обсяг вуглеводнів за останній період.

В управлінні розвитком господарюючих суб'єктів і оцінці синергічних явищ важливе значення має дефініція «ефективність». Критичний огляд літературних джерел [5, 6, та ін.] та аналіз позицій науковців щодо трактування дефініції «ефективність» засвідчили неоднозначність та різноманітну спрямованість її розуміння.

Як домінуючий метод оцінки ефективності діяльності підприємств використовують виробничу функцію Коби-Дугласа, яка пов'язує випуск продукції, як ефект діяльності підприємства, з ресурсами і чинниками виробництва [5, с. 25; 7, с. 31]:

$$q = AL^{al} \cdot K^{ak}, \quad (1)$$

де  $q$  – обсяг виробництва;  $AL$  – витрати праці;  $K$  – залучений у виробництво капітал;  $a, l, k$  – чинники, які характеризують еластичність факторів виробництва.

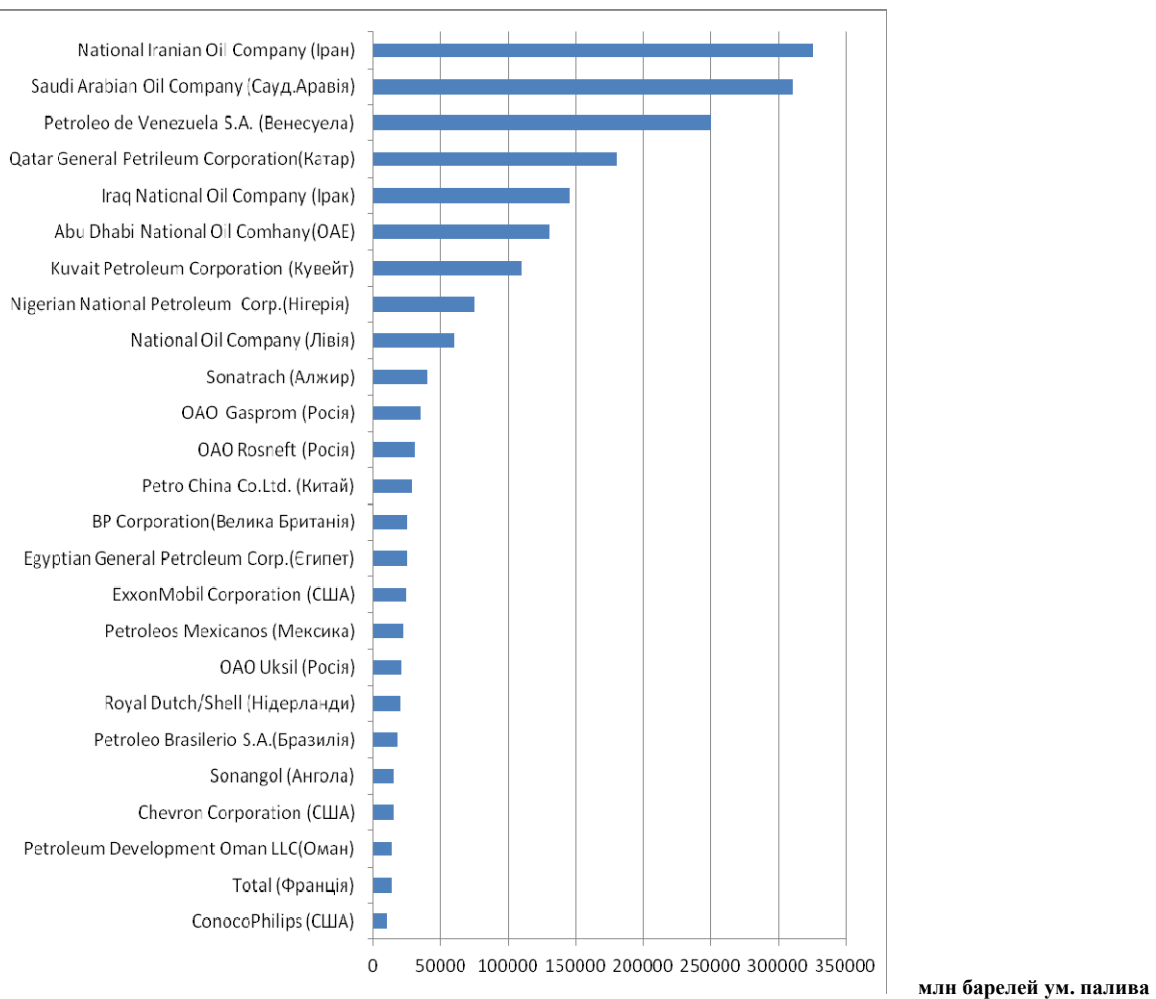


Рис. 2. Найбільші світові нафтогазові компанії [15]

Таблиця 1

**Видобуток газу державними і приватними компаніями України у 2010-2011 рр.  
(складено автором на основі джерела [16])**

| Компанія                                    | Обсяг видобутку, млн. м <sup>3</sup> |         | Приріст, % |
|---|--------------------------------------|---------|------------|
|   | 2010                                 | 2011    |            |
| ДК «Укргазвидобування»                      | 14832,9                              | 14909,5 | 0,5        |
| ПАТ «Укрнафта»                              | 2445,2                               | 2146,6  | -12,2      |
| ДАТ «Чорноморнафтогаз»                      | 1050,5                               | 1056,1  | 0,5        |
| ПАТ «Нафтогазвидобування»                   | 637,5                                | 779,2   | 21,3       |
| СП «Полтавська газонафтовидобувна компанія» | 414,1                                | 395,5   | -4,5       |
| ПАТ «Природні ресурси»                      | 165,1                                | 252,3   | 52,8       |
| ПАТ «Енергосервісна компанія «Еско-Північ»  | 95,1                                 | 160,4   | 68,7       |
| ПАТ «Видобувна компанія «Укрнафтобуріння»   | 79,1                                 | 126,2   | 59,6       |
| ТзОВ «КУБ-ГАЗ»                              | 57,6                                 | 88,2    | 53,1       |
| Real Petroleum                              | 84,9                                 | 35,9    | -58,7      |
| Інші  | 187,3                                | 195,3   | 4,2        |
| Всього                                      | 20049,3                              | 20139,2 | 0,6        |

На її основі науковцями США і Німеччини були створені різні модифікації цієї функції для оцінки ефективності макроекономічного розвитку: CES-функція VES-функція, YIP-функція (ізоквантна виробнича функція), GP-функція (узагальнена виробнича функція).

Складність кількісної оцінки ефективності з урахуванням гетерогенності економічної системи, тобто різноманітності чинників, що входять до будь-якої системи, призвела до ситуації, коли почали відрізняти ефективності, що характеризують конкретні об'єкти управління: національну, соціальну, бюджетну, організаційно-управлінську, регіональну, галузеву, екологічну, технологічну, інвестиційну, ефективності конкретного технологічного або конструкторського рішення [7, с. 31].

На сьогодні у зв'язку з розвитком ринкових відносин поняття «ефективність» стало ще більш диференційованим. Якщо у великомасштабних проектах або у проектах, що реалізуються за ініціативи держави, використовується поняття ефективності національної економіки, то для кожного конкретного учасника такого проекту, здатного впливати на зміни в економічній системі на рівні національної економіки у цілому, використовується поняття комерційної ефективності [7, с. 33].

Необхідність уточнення цієї дефініції для кожного конкретного учасника проекту обумовила появу нових пропозицій щодо використання узагальнених, інтелектуальних, оптимальних і синергічних показників оцінки ефективності, а саме: прибуток, норма повернення інвестицій, термін повернення інвестицій, чиста поточна вартість проекту, індекс прибутковості інвестицій, внутрішній коефіцієнт окупності та ін.

З метою підвищення ефективності оцінки інвестиційних проектів доцільно використовувати методику cash flow (потоків платежів), у якій порівнюються «приплив» доходів і «відплив» інвестицій підприємства, з урахуванням дисконтування (віднесення вартості грошей до конкретного періоду часу). Вона ґрунтується на використанні нерівності [5, с. 31; 7, с. 34]:

$$\sum_{t=0}^T \frac{CF_t}{(1+r)^t} - I \geq 0, \quad (2)$$

де  $T$  – життєвий цикл проекту;  $t$  – конкретні етапи реалізації проекту;  $CF_t$  – чистий грошовий потік від реалізації проекту;  $r$  – норма дисконтування;  $I$  – інвестиційні витрати.

Формула (2) дає змогу визначити ряд важливих економічних характеристик для нафтогазовидобувних підприємств (НГВП), коли інвестиційні витрати (наприклад, на геолого-розвідувальні роботи) і доходи від реалізації нафти і газу зрівнюються. Проте за формулою (2) неможливо оцінити часткову ефективність для кожного з учасників проекту, наприклад, бюджетну ефективність, соціальну ефективність та ін.

На рівні корпорацій поняття «ефективності» як економічної категорії є також неоднозначним. Так, М.П. Тодаро визначає ефективність як виробництво максимально можливого за вартістю продукту із застосуванням ресурсощадних технологій і з урахуванням наявності платоспроможного попиту [7, с. 35]. П.Ф. Друкер вважає, що ефективність і продуктивність не повинні виражатися фінансовими показниками, а стратегія у майбутньому ґрунтуватиметься на нових визначеннях ефективності і продуктивності [5, с.37; 7, с.36]. G. Hamel та С.К. Prahalad вважають, що корпорації можуть ефективно розвиватися тільки на основі законів розвитку організації, самоорганізації, зниження рівня хаосу і підвищення упорядкування. Окрім того, ефективність управління корпорацією – це ефективність управління процесами стратегічного аналізу, стратегічного вибору, стратегічного контролю, стратегічного розвитку, внутрішньофірмового планування, координування стратегічних середньотермінових, тактичних планів і бюджетів, згорання їх до єдиної програми, яка постійно розвивається [5, с. 37]. Для оцінки результативності і порівняності стратегій розвитку Й. Шумпетером [17] була запропонована така динамічна категорія як «ефективність розвитку». Він пов'язав економічний розвиток з категоріями «ініціатива підприємства» та «інновації», які запропонував розглядати як рушійні сили корпоративного розвитку. Відомі й інші підходи до оцінки ефективності.

Автори робіт [18, 19] проаналізували сучасні тенденції корпоративного управління за кордоном й дійшли висновку, що ефективність управління корпорацією досягається максимізацією синергічних тенденцій у корпорації на усіх рівнях – рівнях свідомості, відповідальності, самоорганізації, креативності (творчості), поточної діяльності і діяльності у довготривалому інтервалі. Проте не усі показники ефективності є кількісно вимірюваними, але у роботі [19] зроблено висновок, що саме якісні характеристики визначатимуть ефективність розвитку корпорацій у 21 столітті.

Питання оцінки ефективності управління корпоративним розвитком вперше було розглянуто Р. Коузом ще у 1938 р. [5, с. 35]. Він звернув увагу на те, що у корпораціях у зв'язку зі складністю їх інституціональних форм і стосунків виникає особливий тип витрат – трансакційні витрати. Вони відображають вартість руху прав власності всередині корпорації і на зовнішньому ринку. На відміну від виробничих витрат, трансакційні витрати виникають як плата за взаємодію ринкових механізмів. У багатьох корпораціях до 50% загальних витрат пов'язані з трансакціями й інституціональною складністю корпорацій.

Особливо слід підкреслити, що саме корпоративному розвитку і управлінню ним притаманні синергічні ефекти. Саме тому нині відбувається формування системно-синергічного підходу до оцінки ефективності розвитку, який ґрунтується на працях І. Ансоффа, В.А. Аршинова, В.Г. Буданова, П.Ф.

Друкера, Р. Ебелінга, Л.П. Євстігнесвої, В.Б. Занга, С.П. Капіци, Е. Кепмбела, Н.Д. Кондратьєва, С.П. Курдюмова, Б.Л. Кузнецова, Є.Ласло, Ж.В. Поплавської, І. Пригожина, Г. Хакена, та ін. [6, 11, 12]. Новий напрям досліджень складних систем і закономірностей їх розвитку отримав назву «теорія синергетики». Відповідно до основних положень синергетики активізація й інтенсифікація системоформуючих зв'язків у складних (гетерогенних) системах може викликати когерентні (узгоджені у просторі і часі) колективні ефекти, у яких дія різнорідних за природою сил може викликати якісні переходи, за яких ефективність функціонування системи зростає неадекватно зовнішнім впливам.

Багатьма авторами підкреслюється, що синергетика є багатодисциплінарною наукою, яка розповсюджує свою методологію на усі сфери діяльності, у тому числі на економіку. У результаті цього сформувався новий напрям в економічній теорії – економічна синергетика, в основі якої лежать такі теорії, як теорія синергетики, теорія нерівноважних економічних систем, теорія катастроф, теорія бифуркацій, теорія дивних атракторів, теорія якісних переходів, теорія автоматичного регулювання та ін. Тобто синергетика, на думку багатьох фахівців, не окрема наука, а термін для позначення принципу спільності інтересів і методів досліджування нелінійних явищ у різних галузях науки.

Слід зазначити, що досі не існує усталеної методології економічної синергетики як нового наукового напрямку. Розробка методології економічної синергетики знаходиться на початковій стадії, а саме стадії вироблення методологічних підходів. Формуванням таких підходів займаються повідні наукові школи Бельгії, Німеччини, Росії, України, Франції.

Наукові школи економічної синергетики, які вже створені, об'єднують авторитетних вчених, які спроможні з позицій синергетики та інституціонально-синергічного підходу пояснити те, що не вдається зробити на засадах «класики», кібернетики та «очевидності» [14, с. 54-55]. Це викликано тим, що в економічній науці концепція ринкової саморегуляції зіткнулася з великими труднощами, оскільки фетишизувала такі дефініції як «стабільність», «стійкість», «рівновага», а не розвиток, який містить «прориви», кризи, рецесії, фазові і структурні трансформації, що розвиваються.

Парадигма синергічного розвитку в економіці – це така парадигма, відповідно до якої діяльність будь-якої корпорації за призначенням і системою цілей орієнтована на формування синергічних ефектів за рахунок використання таких організаційно-економічних механізмів, як синергія інновацій, комбінаторика факторів виробництва, інтеграція інституціональних форм, зв'язків, трансформація стосунків всередині системи та ін. [5].

Найсуттєвіші наукові результати з оцінки ефективності з використанням системно-синергічного ефекту отримані у роботах Пригожина І., Кузнецової С.Б., Кузнецова Б.А., Поплавської Ж.В., Гошовської О.В., Соколова В.А., Буданова В.Г. та ін. У них запропоновані концептуальні моделі оцінки синергічних ефектів, що ґрунтуються на інноваціях, комбінаториці факторів виробництва, поглинанні, кооперації, спеціалізації, злитті та ін.

Слід зазначити, що у 2002 р. Всесвітнім Економічним Форумом у Давосі введено новий показник ефективності розвитку і темпу технічного прогресу та структурних зрушень у економіці, який отримав назву «загальна факторна продуктивність (TFI)» [7, с. 43]. Це обсяг товарів і послуг, що був вироблений на одиницю людських, фінансових і природних ресурсів країни:

$$E = \frac{ВВП}{H(\Phi P + ПР)}, \quad (3)$$

де  $E$  – загальна факторна продуктивність;  $ВВП$  – валовий внутрішній продукт (для корпорацій – річний дохід, виручка);  $H$  – кількість населення (для корпорацій – загальна кількість працюючих);  $\Phi P$  – фінансові ресурси, залучені до діяльності;  $ПР$  – вартісна оцінка природних ресурсів, залучених до виробництва.

Такий підхід відповідає синергічному підходу до економічної діяльності на макроекономічному та глобальному рівнях і придатний для оцінки діяльності корпорацій.

Проведений аналіз свідчить, що дослідження використання системно-синергічного підходу до оцінки корпоративного розвитку тільки починаються.

### Висновки

На підставі вивчення вітчизняних та зарубіжних літературних джерел з проблем управління розвитком підприємств корпоративної структури та дослідження практики функціонування нафтогазовидобувних підприємств України розкрито та охарактеризовано сутність їх корпоративного управління та основи формування системно-синергічного підходу до оцінки його ефективності. Результати аналізування позицій науковців щодо корпоративного управління засвідчили різноманітну спрямованість його розуміння на рівні підприємства, що викликає об'єктивну необхідність застосування системно-синергічного підходу до управління нафтогазовидобувними підприємствами корпоративної структури.

### Література

1. Енергетична стратегія України на період до 2030 року [із змінами і доповненнями, внесеними

розпорядженням Міністерства палива та енергетики України від 26 березня 2008 року]: [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.search.ligazakon.ua/1>

2. Ладанюк А.П. Основи системного аналізу / А.П. Ладанюк. – Вінниця : Нова книга, 2004. – 174 с.
3. Моросанов И.С. Первый и второй законы теории систем / И.С. Моросанов // Системное исследование: методологические проблемы. Ежегодник. РАН Ин-т системного анализа. – М.: Эдиториал УРСС, 1996. – С. 97-114.
4. Недосекин А.О. Методологические основы моделирования финансовой деятельности с использованием нечетко-множественных описаний: дис... доктора экон. наук : 08.00.13 / Недосекин Алексей Олегович. – С.-Петербург, 2003. – 280 с.
5. Кузнецова С.Б. Управление корпоративным развитием в машиностроении на основе формирования синергетических эффектов (системно-синергетический подход): дис... канд. экон. наук: 08.00.05: [Електронний ресурс] / Кузнецова Светлана Борисовна. – Набережные Челны, 2004. – 164 с. – Режим доступу: <http://diss.rsl.ru/diss/05/0234/050234049.pdf>
6. Ансофф И. Новая корпоративная стратегия: [пер. с англ. под ред. Ю.Н. Контуревского] / И. Ансофф. – СПб. : Изд. «Питер», 1999. – 416 с.
7. Фадеева И.Г. Системно-синергичні засади управління розвитком нафтогазових підприємств корпоративної структури: [монографія] / І.Г. Фадеева. – ІФНТУНГ, Івано-Франківськ: ПП Кузів Б., 2012. – 459 с.
8. Recardo R.I. Overcoming Resistant to Change / R.I. Recardo // National Productivity Review. – 1995, Spring. – P. 5-12.
9. Грейсон Дж.К. мл. Американский менеджмент на пороге XXI века: [пер. с англ. под ред. Б.З. Мильнер] / Дж.К.мл. Грейсон, О'Делл. – М. : Экономика, 1991. – 319 с.
10. Великий тлумачний словник сучасної української мови / [Уклад. і голов. ред. В.Т. Бусел]. – К.: Ірпінь, ВТФ «Перун», 2009. – 1736 с.
11. Федулова Л.І. Організаційно-економічні моделі багатофункціонального управління виробничою діяльністю на основі сучасного менеджменту/ Л.І. Федулова. – Миколаїв : Вид-во УДМУТ, 1997. – 170 с.
12. Drucker P.F. Managing in time of Creat Change / P.F. Drucker // New York: Truman Talley Book/ Dution, 1995. – 285 p.
13. Доклад о мировых инвестициях. Содействие развитию связей. [Електронний ресурс] / Обзор – ООН: Нью-Йорк и Женева. – 2001. – 10 с. – Режим доступу: [www.unctad.org/in/docs/wirolove.ru.pdt](http://www.unctad.org/in/docs/wirolove.ru.pdt)
14. Баранцев Р.Г. Нелинейность – когерентность – открытость как системная триада синергетики / Р.Г. Баранцев // Мост. – 1999. – № 29. – С.54-55.
15. Petro Strategies, Ins. February 2012, Worlds Largest Oil and Gas Companies: [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [http://www.petrostrategies.org/Links/worlds\\_largest\\_oil\\_and\\_gas\\_com](http://www.petrostrategies.org/Links/worlds_largest_oil_and_gas_com).
16. Каменев М. Главное СН4оровка / М. Каменев // Бизнес. – 2012. – №12. – С. 25-28.
17. Шумпетер И. Теория экономического развития / И. Шумпетер. – М. : Экономика, 1991. – 342 с.
18. Захаров П. Н. Стратегические системы в управлении / П.Н. Захаров. – Муром : Изд-полиграфцентр МНВлГУ, 2008. – 431 с.
19. Занг В-Б. Синергетическая экономика. Время и перемены в нелинейной экономической теории / В-Б. Занг. – М. : Мир, 1992. – 335 с.

#### References

1. Energy Strategy of Ukraine till 2030 [ as amended and supplemented by decree of the Ministry of Fuel and Energy of Ukraine on March 26, 2008 ] [electronic resource]. - Mode of access : <http://www.search.ligazakon.ua/1>
2. Ladanyuk A.P Essentials of System Analysis / AP Ladanyuk . - Kiev: A new book , 2004. - 174 p.
3. Morosanov Y.S. First and second Laws of theory / Y.S. Morosanov // Systemnoe study: methodological problems. Ezhegodnyk . RAS Eun -T system analysis. - Moscow: URSS Эдыторый , 1996. - S. 97-114 .
4. Nedosekyn A. Methodological Fundamentals of modeling activities with fynansovoy Using nechetko - mnozhestvennyh described : Dis ... Dr. keeper . sciences: 08.00.13 / Nedosekyn Alex O. . - St. Petersburg , 2003.
5. S. Kuznetsova Manage korporatyvным development in mechanical engineering on the basis of generating synerhetycheskyh effektov ( system- synerhetychesky Approach ): dis ... candidate. Econ. sciences : 08.00.05 [ electronic resource ] / Svetlana Kuznetsova Borysivna . - Naberezhnye Chelny . - 2004. -164 P. - Mode of access : <http://diss.rsl.ru/diss/05/0234/050234049.pdf>
6. Ansoff I. New korporatyvnaya Strategy [ lane. s English. ed. JN Konturevskoho ] / I. Ansoff . - St. Petersburg . : Ed. "Peter " , 1999. - 416 p.
7. Fadyeyeva I.G A system Synergistic principles of management of oil and gas companies corporate structure : [monograph] / I.G. Fadyeyeva. - IFNTUOG , Ivano -Frankivsk: PP Kuziv B. , 2012. - 459s
8. Recardo R.I. Overcoming Resistant to Change / R.I. Recardo // National Productivity Review. - 1995 , Spring.
9. Grayson JK ML. Amerykanskyu management thresholds for the twenty-first century [ lane. s English. ed. BZ Milner ] / Dzh.K.ml. Grayson, O'Dell . - Moscow: Economy , 1991. - 319 p.
10. Great Dictionary of the Ukrainian language / [ Comp. and head. yet. VT Busel ]. - K. Irpin WTF "Perun" , 2009. - 1736 p.
11. Fedulova I. Organizational and economic models of multi-functional industrial activity based on modern management / L. Fedulova . - Nikolaev : Type of USMTU , 1997. - 170 p.
12. Drucker P.F. Managing in time of Creat Change / P.F. Drucker // New York: Truman Talley Book / Dution, 1995. - 285 p.
13. The report at amicable investment. Sodeystvye development bonds . [Electronic resource] / Review - UN New York and Geneva. - 2001. - 10 s. - Mode of access : [www.unctad.org/in/docs/wirolove.ru.pdt](http://www.unctad.org/in/docs/wirolove.ru.pdt)

14. Barantsev RG Nelyeynost - coherence - openness How systemnaya Triada synergy / RG Barantsev // Bridge . - 1999. - № 29. - P.54 -55.
15. Petro Strategies, Ins. February 2012 , Worlds Largest Oil and Gas Companies: [ electronic resource]. - Mode of access : [http://www.petrostrategies.org/Links/worlds\\_largest\\_oil\\_and\\_gas\\_com](http://www.petrostrategies.org/Links/worlds_largest_oil_and_gas_com).
16. M. Kamenev main thing SN4orovka / M. Kamenev // business. - 2012 . - № 12. - S. 25-28
17. J. Schumpeter theory of economic development / J. Schumpeter. - Moscow: Economy , 1991. - 342 p.
18. Zakharov PN Stratehycheskye system in the management / PN Zakharov. - Moore : Edition polyhraftsentr MNVIHU , 2008. - 431 p.
19. Zhang B- B. Synerhetycheskaya economy. Time and peremeny in nelyeynoy ekonomycheskoj theory / B -B. Zhang . - Moscow: Mir , 1992. - 335 p.

Надійшла 10.09.2013; рецензент: д. е. н. Гораль Л. Т.

**ЕКОНОМІКА ПРАЦІ ТА УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ,  
РОЗВИТОК ТРУДОВИХ РЕСУРСІВ**

УДК 331.5.024

В. А. ОВЕРЧУК

Вінницький торгівельно-економічний інститут Київського національного торгівельно-економічного університету

**ІНТЕГРАЦІЯ В СУСПІЛЬСТВО ЛЮДЕЙ З ОСОБЛИВИМИ ПОТРЕБАМИ  
ЧЕРЕЗ СИСТЕМУ КОМПЛЕКСНОЇ РЕАБІЛІТАЦІЇ**

*Розглянуто деякі аспекти забезпечення прав і свобод людей з інвалідністю на основі дотримання принципів законності, демократії, рівності, недискримінації та соціальної справедливості; аспекти комплексної реабілітації, зокрема професійної реабілітації та трудової зайнятості як одних з найважливіших засобів розвитку в суспільстві осіб з особливими потребами за умов інтеграційних процесів.*

*Ключові слова: особи з обмеженими можливостями, інваліди, особи з особливими потребами, соціальна захищеність, професійна реабілітація, працевлаштування, соціалізація, інтеграція.*

V. A. OVERCHUK

Vinnitsia Trade and Economic Institute of Kyiv National Trade and Economic University

**INTEGRATION IN SOCIETY OF PEOPLE WITH SPECIAL NEEDS THROUGH  
THE SYSTEM OF COMPREHENSIVE REHABILITATION**

*There are considered some aspects providing rights and liberties of people with disability, based on the principles of lawfulness, democracy, equality, non-discrimination and social justice; aspects of comprehensive rehabilitation, in particular professional rehabilitation and labour employment, as one of the most important tools for the development of individuals in the community with special requirements in terms of the integration processes.*

*Keywords: persons with disabilities, persons with special needs, social security, professional rehabilitation, socialization and integration.*

**Вступ.** На сучасному етапі розвитку України гостро постало питання особистісного розвитку людей з особливими потребами, покращення процесу їхньої соціалізації та інтеграції у відкрите демократичне суспільство. Кардинальні політичні та соціально-економічні перетворення, що здійснюються в Україні, зумовили принципові зміни соціальної політики держави по відношенню до інвалідів, сприяли формуванню нових підходів до вирішення проблем інвалідності та соціального захисту інвалідів.

В Україні державна політика соціального захисту інвалідів базована на нормах міжнародного і національного законодавства. Зокрема, це Закон України «Про основи соціальної захищеності інвалідів в Україні», Конвенція про професійну реабілітацію і зайнятість інвалідів, Стандартні правила забезпечення рівних можливостей для інвалідів (Резолюція Генеральної Асамблеї ООН № 48/96), Розпорядження КМ від 30 березня 2011 р. № 245-р «Про схвалення Концепції Державної цільової програми "Національний план дій з реалізації Конвенції про права інвалідів"» на період до 2020 року.

**Аналіз досліджень та публікацій.** Загальні питання соціальної захищеності, трудових відносин, зайнятості, професійного навчання населення, у тому числі його соціально уразливих верств привертають увагу науковців і практиків, так значний внесок у їх розробку внесли такі вчені, як С.Бандур, Д.Богиня, І.Бондар, О.Бугуцький, Б.Генкін, І.Гнибіденко, О.Гришнова, М.Долішній, С.Дорогунцов, Т.Заяць, К.Корсак, М.Костаков, Ю.Краснов, Г.Купалова, В.Куценко, Е.Лібанова, В.Машенков, І.Маслова, А.Нікіфорова, В.Онїкієнко, Н.Лавловська, В.Покришук, В.Савченко, Л.Шепотько та інші. Дослідженням стану і проблем навчання, комплексної, соціальної, соціально-професійної та трудової реабілітації та працевлаштування інвалідів займаються вчені М.Авраменко, С.Богданов, В.Пасічник, С.Цагіурін, А.Шевцов, В.Штенгелов, І.Верховод, О.Лесько та інші.

**Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми, котрим присвячується означена стаття.** Аналіз наукових публікацій свідчить, що, незважаючи на в цілому зростаючу питому вагу надзвичайно цікавих і вагомих праць, ступінь вивчення проблеми реалізації інвалідами своїх прав у всіх сферах життєдіяльності, процесів їх професійної реабілітації, соціальної адаптації не можна вважати достатнім і він потребує подальших досліджень, що й обумовило напрям нашого дослідження.

**Результати дослідження.** Відповідно до Декларації про права інвалідів (ООН, 1975), інвалід – це будь-яка особа, яка не може самостійно забезпечити цілком або частково потреби нормального особистого і/або соціального життя у зв'язку з недоліками (вродженими, набутими) її фізичних чи розумових можливостей. Таких людей називають особами з обмеженими можливостями [1].

Особи з обмеженими можливостями, за визначенням А.Л. Киктенко, – це люди, які мають функціональні обмеження, нездатні до якоїсь діяльності у результаті захворювання, відхилень або хиб розвитку, нетипового стану здоров'я, внаслідок неадаптованості зовнішнього середовища до особливих

потреб індивіда, через негативні стереотипи, забобони, що виділяють нетипових людей у соціально-культурній системі [2].

Процвітання кожної держави й людства значною мірою визначається ступенем розвитку й використання інтелектуальних здібностей усіх громадян, включаючи людей з обмеженими можливостями. Значні структурні зміни, що відбуваються у сучасному суспільстві, потребують створення нових, різноманітних соціальних форм. Насамперед це зміна відношення до інвалідів. Шлях до подолання розриву між ними та рештою населення – реабілітація. Це поняття часто використовується як синонім суспільної опіки, професійної перекваліфікації, медичного лікування тощо. Насправді реабілітація – це активний соціально-культурний процес, що обумовлює взаємодію двох сторін – суспільства та людей з особливими потребами. У комплексній системі реабілітації інвалідів професійна реабілітація та наступна трудова зайнятість — одні з найважливіших засобів інтеграції в суспільство людей з обмеженими фізичними можливостями [3]. З одного боку, це сприяє їх самозабезпеченню та матеріальній незалежності, з іншого – є засобом самоствердження особистості, досягнення вищого рівня соціалізації, адже працевлаштований інвалід — це підвищення суспільної продуктивності, розв'язання багатьох соціальних проблем. Комплексне розв'язання проблем інвалідності передбачає:

- правове регулювання соціальної політики щодо інвалідів;
- матеріальне, соціально-побутове та медичне забезпечення;
- комплексну багатопрофільну реабілітацію, створення реабілітаційної медичної, соціальної та професійної інфраструктури;
- освіту та фахову підготовку;
- працевлаштування та зайнятість інвалідів;
- інформаційне забезпечення [4].

Від середини ХХ століття в більшості країн світу соціальна політика відносно осіб з особливими потребами ґрунтується на принципі "рівних можливостей". Серед основних сфер реалізації принципу "рівних можливостей" молодих інвалідів є доступність освіти з подальшим працевлаштуванням. Здобуття повноцінної освіти, професійне визначення є дуже важливим чинником у житті кожної людини, а для інваліда набуває особливого значення. Опанування інвалідами фахових навичок дає їм можливість реалізувати свої здібності, частково або повністю адаптуватися у суспільстві. Створення максимально сприятливих умов для навчання та зайнятості інвалідів – це обов'язок будь-якого суспільства, яке прагне бути демократичним та забезпечити ваги умови для активної участі у розвитку цього суспільства для усіх, без винятку, громадян. Стандартні правила забезпечення рівних можливостей для інвалідів проголосили: кожна людина та її потреби важливі для суспільства – права людини універсальні [5]. Для цього, на нашу думку, необхідно:

- розробляти національні програми реабілітації для всіх груп інвалідів, які б базувались на фактичних потребах інвалідів та принципах всебічної участі їх у житті суспільства та рівності;
- нести відповідальність за створення правової основи для вжиття заходів з метою забезпечення повноцінної участі інвалідів в житті суспільства та їх рівноправності. Держави повинні забезпечувати участь організацій інвалідів у розробленні національного законодавства, що стосується прав інвалідів, а також в оцінюванні цього законодавства. Держави несуть відповідальність за надання соціального забезпечення інвалідам та підтримки їхніх доходів;
- забезпечити через компетентні органи розповсюдження з-поміж інвалідів, їх сімей, відповідних спеціалістів та широкої громадськості інформації щодо програм і послуг, призначених для інвалідів, в доступній формі;
- сформулювати позитивне ставлення у суспільстві до осіб з інвалідністю, досягнути усвідомлення суспільством проблем, що стосуються проблем інвалідів та політики щодо них, усвідомлення та розуміння того, що інваліди є громадянами з такими самими правами й обов'язками, як і інші громадяни; необхідно спонукати засоби масової інформації, телебачення, радіо та газети;
- забезпечити доступність послуг засобів масової інформації для інвалідів;
- створити рівні можливості для людей з особливими потребами, забезпечити їх доступність до участі в усіх сферах життя суспільства;
- створити для осіб з інвалідністю умови доступності до об'єктів фізичного оточення, транспорту, інформації та зв'язку, а також до освіти, культури, фізичної культури та спорту;
- активно підтримувати входження інвалідів у вільний ринок праці, реалізувати права інвалідів у сфері зайнятості;
- заохочувати налагодження зв'язків між організаціями інвалідів;
- запровадити відповідальність за дискримінацію за ознакою інвалідності тощо.

Двигуном реабілітації є переконання, що великі групи людей, які, як правило, мають мінімум можливостей щодо користування сучасними соціальними і культурними цінностями, при цьому усвідомлюють себе членами суспільства. Таким чином починається процес інтеграції, який потребує глибоких змін схем мислення і нормативних настанов. В багатьох країнах вважається, що за умов запровадження висококваліфікованого лікування та комплексної реабілітації інвалід може повернутися в



суспільство і бути повністю інтегрованим в усіх сферах суспільного життя. Реабілітація інвалідів – складна багатоаспектна проблема, в якій особливе місце займає професійна реабілітація інвалідів. Це пов'язано з тим, що баланс прав, обов'язків та інтересів громадян може бути витриманий в разі створення умов, коли людина сама може розпоряджатися власною долею, мати матеріальну незалежність і реалізовувати здатність до самозабезпечення.

Законом України „Про реабілітацію інвалідів в Україні” визначено що „професійна реабілітація – це система заходів, спрямованих на підготовку особи до професійної діяльності, відновлення чи здобуття професійної працездатності шляхом адаптації, навчання, перенавчання чи перекваліфікації з можливим подальшим працевлаштуванням” [6]. Професійна реабілітація має на меті забезпечити конкурентоспроможність інвалідів на ринку праці, їх працевлаштування як у звичайних виробничих умовах, так і у спеціально створених умовах праці. Основним міжнародним документом, що стосується зазначеної категорії осіб, є Конвенція про права інвалідів (дані – Конвенція). У Всесвітній доповіді про інвалідність до числа головних бар'єрів, які не дозволяють особам з інвалідністю відчувати себе на рівні з іншими, віднесено: неадекватні заходи політики та стандарти; негативне відношення до людей з інвалідністю; нестачу послуг і проблеми з їх наданням; недостатнє фінансування; відсутність безперешкодного середовища; неадекватність інформації та комунікації; відсутність консультування та включення у суспільне життя; брак досвіду та даних. Перелічені проблеми характерні також і для нашої держави.

На даний час національне законодавство не повною мірою відповідає вимогам Конвенції, яке забезпечує в повному обсязі реалізацію інвалідами своїх прав у всіх сферах життєдіяльності [7]. Конвенцією визначено принципи соціальної моделі інвалідності, що передбачає залучення інвалідів до ефективної участі в житті суспільства нарівні з іншими громадянами. Проте на сьогодні у сфері забезпечення реалізації прав і задоволення потреб інвалідів передбачено дотримання принципів медичної моделі інвалідності, згідно з якою проблеми інвалідів розв'язуються як такі, що зумовлені їх обмеженими внаслідок стану здоров'я фізичними можливостями. Оскільки реабілітаційні заходи вимагають від держави значних матеріальних витрат, виникає гостра необхідність розробки соціально-економічно обґрунтованих підходів до їх змісту і механізмів реалізації.

З метою проведення послідовної політики у сфері забезпечення реалізації прав і задоволення потреб інвалідів Верховна Рада України 16 грудня 2009 р. ратифікувала Конвенцію та Факультативний протокол до неї, а розпорядженням КМ від 30 березня 2011 р. № 245-р (зі змінами, внесеними згідно з Постановою КМ №659 від 25.07.2012) Про схвалення Концепції Державної цільової програми "Національний план дій з реалізації Конвенції про права інвалідів" на період до 2020 року (далі Програма) визначила проблеми інтеграції в суспільство інвалідів та механізми їх розв'язання. Метою Програми є забезпечення реалізації прав і задоволення потреб інвалідів нарівні з іншими громадянами. поліпшення умов їх життєдіяльності згідно з Конвенцією [8], розробка механізмів соціального статусу та захисту зазначених категорій. Одним з найбільш ефективних механізмів підвищення соціальною статусу і захищеності інвалідів є здобуття ними повноцінної професійної освіти. У зв'язку з цим створені установи професійної освіти, які покликані виконувати важливу роль в становленні нової державної системи соціального захисту інвалідів. Первинна професійна підготовка і професійна освіта інвалідів, як й інших громадян, на початковому рівні здійснюється в порядку і на умовах, визначених чинним законодавством про освіту відповідно до державних освітніх стандартів на основі освітніх програм, адаптованих для навчання інвалідів.

Окремо слід спинитися на проблемі працевлаштування інвалідів. Практика показує, ідо залучення громадян з інвалідністю до сфери праці важливе як для них самих, так і для держави, оскільки підвищується життєвий рівень інвалідів, збільшується їх платоспроможність, а також можливість самореалізації. Політика держави полягає в максимальній активізації потенційних сил осіб з обмеженими можливостями у контексті професійної, трудової реабілітації та працевлаштування. У багатьох країнах створені такі умови, що працюючі інваліди складають у середньому половину осіб від загальної кількості людей з обмеженими можливостями. Так, у США працюють 29% громадян, які мають порушення здоров'я, у Великобританії – 40%, Італії – 55%, Швеції – 60%, Китаї – 80%. В Україні частка працюючих інвалідів нараховуються близько 20%, при тому, що кількість інвалідів середі, населення працездатного віку становить 1,5 млн осіб, серед яких працює майже 443 тис. [9]. Серед причин, які стримують процес створення ефективних робочих місць для інвалідів в Україні, недосконалість механізму прогнозування створення нових робочих місць працевлаштування інвалідів; відсутність механізму стимулювання роботодавців щодо створення робочих місць для інвалідів; недосконалість мелодики формування потреби в робочих місцях для інвалідів в регіональному розрізі; недосконалість роз'яснювальної роботи з роботодавцями щодо створення робочих місць для людей з обмеженими фізичними можливостями; недостатня підтримка підприємств громадських організацій осіб з особливими потребами як джерела спеціалізованих робочих місць для інвалідів; порівняно низький рівень освіти даної категорії населення»

Сфера професійної реабілітації та працевлаштування людей з обмеженими можливостями ще недостатньо розвинута в вашій країні. Держава пропонує інвалідам переважно робітничі професії, які не потребують глибоких знань, передбачають монотонну й низькооплачувану працю. Звичайно, громадські організації в змозі запропонувати нові підходи до процесу професійної реабілітації людей з особливими потребами та скласти серйозну конкуренцію державній системі митним послуг у цій сфері Однак вони поки

що не надто переймаються саме цим напрямом роботи. З точки зору створення оптимальних умов для реабілітації та інтеграції інвалідів до соціуму важливим є надання їм можливості відчувати свою незалежність, значимість і корисність для оточуючих та суспільства.

**Висновки.** Таким чином, процес професійної реабілітації є комплексним і досить складним процесом, кінцевою метою якого є ефективне працевлаштування інвалідів. Головною складовою професійної реабілітації інвалідів виступає професійне навчання ,

Проте тільки два інваліда із ста відновлюють свою здатність до праці. Це спричиняє соціальну напругу, бідність, незахищеність, матеріальну і моральну деградацію осіб з обмеженими фізичними можливостями та їх сімей, Тому необхідною умовою досягнення сприятливого духовного стану розвитку нації, високого рівня соціальної зрілості і моральності суспільства є працевлаштування та професійна реабілітація інвалідів. Це зумовлює необхідність дослідження цих процесів та обґрунтування напрямів їх покращання, що є надзвичайно складною проблемою.

Наскільки всеосяжною не була б соціальна політика щодо задоволення потреби інвалідів у професійній діяльності, вона завжди залишатиме простір для покращення та удосконалення механізмів інтеграції в суспільство людей з особливими потребами через систему комплексної реабілітації. Особливо високі вимоги життєдіяльності постають перед особистістю в аспекті професійного самовизначення та професійної самореалізації, оскільки вони передбачають великий рівень відповідальності людини за здійснений вибір, за прийняття рішення, за діяльність з їх втілення у життя. А останнє є можливим тільки за досить високого рівня, по-перше, самоусвідомлення, тобто усвідомлення своїх потреб, цілей, здібностей, стратегій і своєї ситуації, по-друге, саморегуляції, що включає поряд з іншими елементами здатність до вольових процесів.

### Література

1. Конвенція ООН про права інвалідів : Офіційні видання, Офіційний Вісник України 2010. – 799 с.
2. Киктенко А.И. Технология саморазвивающего обучения студентов с инвалидностью: возможности, опыт, перспективы, (в контексте «Я концепции») / А.И. Киктенко // Актуальні проблеми навчання та виховання людей з особливими потребами: Збірник наукових праць. – К. : Університет "Україна", 2004. – 448 с.
3. Кобець В. Трудова реабілітація інвалідів: потрібні увага та розуміння / В. Кобець // охорона праці. – 2003. – № 4. – С. 44–46.
4. Про реабілітацію інвалідів в Україні : Україна Закони. Прийнят Верховною Радою 06.10\*2005 р.і: офіц. вид.: за станом на 05 черв. 2009 року / Верховна Рада України. – К. : Парлам. вид-во 2009. – 32 с.
5. Стандартні правила забезпечення рівних можливостей для інвалідів (Резолюція Генеральної Асамблеї ООН № 48/96. – К. : ВГСПО «НАІ України», 2003. – 40 с.
6. Конвенція про професійну реабілітацію та зайнятість інвалідів № 159 (Концепцію ратифіковано Законом № 624-IV від 06.03.2003).
7. Боднарчук І. С. Напрямки удосконалення нормативно-правової бази для забезпечення зайнятості інвалідів / І. С. Боднарчук // Економіка України. – 2003. – № 11. – С. 69–73.
8. Про схвалення Концепції Державної цільової програми : Розпорядження КМ від 30 березня 2011 р, № 245-р. "Національний план дій з реалізації Конвенції про права інвалідів" на період до 2020 року (Із змінами, внесеними згідно з Постановою КМ від 25.07:2012).
9. Скібінський Е. Нові обрії працевлаштування інвалідів / Е. Скібінський // Соціальний захист. – 2006. – № 11. – С. 13 –14.

### References

1. Konvetsiia OON pro prava invalidiv [Tekst]: Ofitsiini vydannia, Ofitsiinyi Visnyk Ukrainy 2010, 17 vid 19.03.2010, 799 s.
2. Kyktenko A.Y. Tekhnolohyia samorazvyvaiushcheho obucheniya studentov s ynvalydnosti: vozmozhnosty, opyt, perspektyvy, (v kontekste «Ya kontseptsyy») // Aktualni problemy navchannia ta vykhovania liudei z osoblyvymy potrebamy: Zbirnyk naukovykh prats - K.: Universytet "Ukraina", 2004,- 448 s.
3. Kobets V. Trudova rehabilitatsiia invalidiv: potribni uvaha ta rozuminnia // okhorona pratsi. 2003. #4. - s. 44-46.
4. Ukraina. Zakony. Pro reabilitatsiiu invalidiv v Ukraini [Teksti: [pryniat Verkhovnoiu Radoiu 06.10\*2005 p.j: ofits. vyd.: za stanom na 05 cherv. 2009 roku / Verkhovna Rada Ukrainy, – K: Parlam. vyd-vo 2009. – 32 s.
5. Standartni pravyla zabezpechennia rivnykh mozhlyvostei dlia invalidiv (Rezoliutsiia Heneralnoi Asamblei OON # 48/96. - K.: VHSPO «NAI Ukrainy», 2003. - 40 s.
6. Konvetsiia pro profesiinu reabilitatsiiu ta zainiatist invalidiv N 159 (Kontseptsiiu ratyfikovano Zakonom #624-IV vid 06.03.2003).
7. Bodnarchuk I.S. Napriamky udoskonalennia normatyvno-pravovoi bazy dlia zabezpechennia zainiatosti invalidiv // Ekonomika Ukrainy. 2003. #11. - s. 69-73.
8. Rozporiadzhennia KM vid 30 bereznia 2011 r, # 245-r. Pro skhvalennia Kontseptsii Derzhavnoi tsilovoi prohramy "Natsionalnyi plan dii z realizatsii Konvetsii pro prava invalidiv" na period do 2020 roku (Iz zminamy, vnesenyymi zghidno z Postanovoiu KM vid 25.07:2012).
9. Skibinskyi E, Novi obrii pratsevlashtuvannia invalidiv // Sotsialnyi zakhyst, - 2006. #11. s. 13 -14.

Надійшла 10.09.2013; рецензент: д. е. н. Нижник В. М.

**ТИПИ ТРУДОВОЇ ПОВЕДІНКИ ПРАЦІВНИКІВ**

*У статті запропоновано визначення поняття «тип трудової поведінки», розкрито його сутність та зміст; систематизовано відомі та запропоновано власну типізацію трудової поведінки працівників, що заснована на принципі соціокультурної ідентичності; представлено коротку характеристику ціннісно-мотиваційної орієнтації працівників з різними типами трудової поведінки.*

*Ключові слова: мотивація, трудова поведінка, працівник, потреби, праця, тип.*

V. V. POLOVA

Ukrainian State Academy of Railway Transport, Kharkov

**TYPES OF EMPLOYEES' LABOUR BEHAVIOUR**

*In article the essence of concept type of labour behaviour is defined, are systematized typology of labour behaviour and own typification of labour behaviour of the personnel, based on the hierarchy of requirements made by the principle of sociocultural identity is offered. The typology of labour behaviour represents objectively necessary, natural process of its knowledge. She acts as reflection of historical development, evolution of this phenomenon in time and is one of the major receptions and means of disclosure of its essence and appointment. Application of typology of labour behaviour in practice will allow to reach positive results of realization of labour behaviour of the personnel that first of all will be reflected in indicators of overall performance of the enterprise which most depend on a human factor of production.*

*Keywords: motivation, labour, behaviour, employee, needs, work, type.*

**Постановка проблеми у загальному вигляді та її зв'язок із важливими науковими чи практичними завданнями.** В структурі економічної поведінки найголовніше місце посідає трудова поведінка. Для її розуміння, як і для розуміння будь-яких процесів, та полегшення застосування теоретичних знань на практиці потрібні відповідні типології (класифікації). Типологія або класифікація трудової поведінки за типами являє собою об'єктивно необхідний, закономірний процес її пізнання. Вона виступає відображенням історичного розвитку, еволюції даного явища в часі і є одним з найважливіших прийомів і засобів розкриття його суті та призначення.

Сьогодні проблемами типології трудової поведінки персоналу є: вибір таких класифікаційних підстав, які б забезпечили відображення в типології найбільш істотних факторів трудової поведінки; максимальне охоплення типів трудової поведінки; максимальна простота та легкість розуміння, сприйняття і засвоєння класифікації [1]. В даний час відсутня розгорнута систематизована класифікація типів трудової поведінки працівників, чим і пояснюється актуальність обраної теми.

**Аналіз останніх досліджень чи публікацій, в яких започатковано розв'язання даної проблеми і на які спирається автор.** Поведінковий аспект трудової діяльності працівника сьогодні приваблює увагу вчених з різних наукових галузей. Зокрема серед вітчизняних дослідників визначення типів трудової поведінки, виходячи із суб'єктивного ставлення працівника до праці дають Ядранський Д. М. [2], Трошій А. Р. [1]. Питаннями типологізації трудової поведінки та визначенням функціональної гармонії між різними типами трудової поведінки працівників в організації займаються Дороніна М. С. та Полубедова А. О. [3].

Серед російських дослідників достатньо докладний аналіз поведінки людини в організації з позиції визнання та дотримання інституціональних норм в організації наданий Бобневою М. І. [4]. Більш змістовна типізація трудової поведінки за формами здійснена Верховіним В. І. [5]. Особливої уваги заслуговують праці соціологів Адамчука В. В., Ромашова О. В., Сорокіної М. Е. [6], які дають типологію трудової поведінки, виходячи одразу з декількох класифікаційних підстав.

**Виділення не вирішених раніше частин загальної проблеми, котрим присвячується означена стаття.** Аналіз останніх надбань вітчизняних та російських дослідників у сфері економіки та соціології праці свідчить про відсутність єдиної систематизованої класифікації типів трудової поведінки персоналу, яка у деяких випадках здійснюється поверхнево, безсистемно, фрагментарно, у т.ч. відсутня класифікація заснована на принципі соціокультурної ідентичності. Також незважаючи на постійне оперування різними авторами поняттям «тип трудової поведінки» наразі його чіткого визначення в науковій літературі не існує.

Тому, метою нашої статті є визначення поняття «тип трудової поведінки», розкриття його сутності і змісту, а також узагальнення та систематизація існуючих та розроблення власної типології трудової поведінки персоналу, виходячи з ієрархії потреб, що складена за принципом соціокультурної ідентичності, сформованої у межах східнослов'янської цивілізації.

**Виклад основного матеріалу дослідження з повним обґрунтуванням отриманих наукових результатів.** Сьогодні у світі настає нова фаза економічного та соціального розвитку, коли докорінно змінюється роль і місце працівника в трудовому процесі і найважливішою вимогою до людини на виробництві стають її знання, ініціатива, відповідальність за свою працю та духовно-моральний потенціал.

Отже, вагомим критерієм підвищення конкурентоздатності підприємств та країни в цілому стає процес формування ефективної трудової поведінки працівників і способів управління нею, що і хвилює як науковців так і керівників підприємств.

На нашу думку, тип трудової поведінки працівника головним чином визначається тими потребами, які він вважає найважливішими у певний момент свого життя, а також домінуючими мотивами його трудової діяльності. Раніше ми вже зверталися до аналізу поняття «трудова поведінка», визначивши його як процес перетворення навколишнього світу людиною за допомогою усвідомлених дій та вчинків, що носять активний, творчий та продуктивний характер в залежності від фізичного, духовно-морального, соціально-психологічного, інтелектуального та професіонального рівня її розвитку і визначаються домінуючими цінностями і потребами на рівні особистості, групи (організації) та суспільства в цілому. Вона реалізується у всьому просторі життєдіяльності людини, у т.ч. у соціально-економічних відносинах на макро-, мезо-, мікрорівнях.

Що ж таке тип трудової поведінки? В перекладі з грецької тип (*typos*) – це відбиток, зразок, що відрізняється якими-небудь характеристиками, певними ознаками. Тип поведінки – це зразок зовні видимих дій, рухів і реакцій людини, за які вона несе відповідальність. На поведінку людини завжди впливають як внутрішньо-особистісні, так і зовнішні фактори. Тому, в нашому розумінні, тип трудової поведінки – це переважаючий, відносно сталий спосіб реалізації дій та вчинків працівника, рушійною силою яких виступає домінуючий вид цінностей та потреб особистості, який формується в залежності від фізичного, інтелектуального, духовно-морального, соціально-психологічного та професіонального рівня її розвитку та під впливом духовно-моральних, соціокультурних, соціально-економічних, правових та інформаційних умов її оточення. В складних умовах взаємодії внутрішніх та зовнішніх, економічних та позаекономічних факторів працівник може демонструвати, різні типи трудової поведінки. Вона залежить від незліченної кількості просторово-часових, виробничо-побутових та інших обставин, що постійно перебувають у динаміці, змінюючи життєвий простір працівника і самого працівника. Необхідно мати на увазі, що одночасно працівник здатен до декількох типів поведінки, і це природно, адже жодна класифікація не в змозі охарактеризувати все розмаїття поєднань людських потреб, особливостей та інших детермінант трудової поведінки. В цій ситуації залишається лише вдаватися до виокремлення домінуючих мотивів, рушійних сил трудової поведінки і саме під них підбирати відповідні методи управління. Такий метод дозволить визначити адекватні способи коригування трудової поведінки, а також надасть можливість її прогнозування на рівні узагальнених, укрупнених характеристик, в чому й полягає практична цінність типологізації трудової поведінки працівників.

Дати вичерпну всебічну характеристику трудової поведінки персоналу, як явища неможливо, оскільки число ознак і зв'язків, що її описують нескінченне. Так само як і критеріїв, за якими виділяються основні її типи. Провівши комплексне дослідження вже існуючих, найбільш відомих у сучасному світі, типологій трудової поведінки, наданих вітчизняними та зарубіжними авторами, ми структурували їх за різними підходами (див. табл. 1).

Повертаючись до теорії ієрархії потреб, як визначального фактору, покладеного в основу запропонованої нами типології трудової поведінки, потрібно зазначити, що серед відомих сучасній науці теорій мотивації (первинних, змістовних, процесуальних), що в основі своїй мають певний розподіл потреб найбільш відомими є змістовні теорії А. Маслоу (піраміда потреб) [15], К. Альдерфера (ERG-теорія) [16], Д. МакКлелланда (потреби влади, успіху, причетності) [17], Ф. Герцберга (теорія мотиваційної гігієни) [18]. Кожен з авторів пропонує свою класифікацію потреб, що мають найбільший вплив на трудову діяльність людини (див. рис. 1).

Згідно змістовним теоріям, управління мотивацією трудової діяльності полягає у виявленні домінуючої потреби людини і розробці заходів її задоволення та мотивації. Ці теорії практично застигли в своєму розвитку, але тим не менше і в наш час не рідко є основою досліджень сучасних авторів. Так, наприклад, в роботі Слінкової О.К., чия типологія трудової поведінки вибудована, виходячи з раціоналістичних, соціальних мотивів та мотивів самоактуалізації персоналу, ми виразно бачимо використання теорії потреб А. Маслоу. Але основною проблемою процесу трансляції зарубіжного управлінського та мотиваційного досвіду в українську економічну діяльність є неврахування індивідуальних, унікальних особливостей трудового менталітету, трудових цінностей та загального світосприйняття представників різних соціокультурних систем. Соціокультурна ідентичність українського народу, його трудовий менталітет формувалися під значним впливом християнства. Тому за основу запропонованої нами типології ми обрали ієрархію потреб працівників, розроблену вітчизняним автором Компанієць В.В., що складена за принципом соціокультурної ідентичності та відповідає баченню людини у християнській антропології (див. табл. 3).

Відповідно до класифікації потреб, наведеної у табл. 2, нами було виділено вісім типів трудової поведінки персоналу:

1. Сотеріологічний (з домінантою на потреби богопізнання, духовного зростання) – тип трудової поведінки, який характеризується проявом в поведінці високих духовно-моральних якостей особистості, милосердя, безкорисної любові в т.ч. через ставлення до оточуючих, докільля, процесу, предмету та результатів праці.

## Систематизована класифікація типів трудової поведінки персоналу

| Автор, рік   | Тип трудової поведінки  | Характеристика   |
|--|---|--|
| <b>Витратно-компенсаційний підхід</b>                                    |   |  |
| Троцький А.Р., 2007 [1]  | Мінімум зусиль – мінімум доходу   | Трудова поведінка подібного типу не допускає інновацій і мінімізує ризик при одержанні результату, але жорстко лімітує гарантовані розміри доходу  |
|  | Середні зусилья – середній дохід  | Поведінка притаманна працівникам, що не сприймають змін.   |
|  | Максимум зусиль – максимум доходу   | Характеризується максимізацією зусиль, витрат, вкладень і відповідними розмірами очікуваної вигоди, але водночас певним ступенем ризику й можливих збитків   |
|  | Мінімум зусиль – максимум доходу  | Вона орієнтована на мінімізацію зусиль і не відкидає нетрудового способу одержання доходу  |
|  | Максимум зусиль – мінімум доходу  | На такі умови може погодитись працівник, якому, наприклад, потрібен стаж для отримання пенсії  |
|  | Жодних зусиль – жодного доходу  | При перебуванні в адміністративній чи декретній відпустці  |
|  | Жодних зусиль – максимум доходу   | Зазвичай до цього прагне власник і деякі несумлінні працівники   |
| Ядранський Д.М., 2010 [2]  | Максимум зусиль – жодного доходу  | Волонтери, практиканти, стажисти   |
|  | Мінімальна інтенсивність праці – низька тривалість та якість відпочинку   | Зазначена стратегія може бути реалізована, наприклад, за умов андеркласу, або у випадку, якщо цінність для працівника становить не праця чи її результат, а факт причетності до колективу  |
|  | Середня інтенсивність праці – середня тривалість та якість відпочинку   | Класична стратегія поведінки людини, що має родинні обов'язки, адже у випадку середньої інтенсивності праці вона має шанси зберегти фізичні (розумові, психічні) сили для родини   |
|  | Максимальна інтенсивність праці – висока тривалість та якість відпочинку  | Стратегія поведінки незалежних передовиків, які не прагнуть до високої соціальної ролі в колективі, а віддають перевагу самореалізації за межами колективу   |
|  | Мінімальна інтенсивність праці – висока тривалість та низька якість відпочинку  | Стратегія працівників-жінок, що мають багато родинних зобов'язань, при цьому перебувають частково на утриманні чоловіків (або навпаки, залежно від гендерних ролей у конкретній родині)  |
| Максимальна інтенсивність праці – низька тривалість та якість відпочинку | Стратегія поведінки працівників, що прагнуть до формального або неформального лідерства, які мають бажання реалізувати власну модель успіху через підприємство, стиль поведінки кар'єристів |  |
| <b>За характером трудової активності</b>                                 |   |  |
| Смирнов В.А., 1979 [8]   | Передовики  | Працівник, що йде попереду інших в роботі, показує приклад свідомого ставлення до праці  |
|  | Середняки   | Середні показники продуктивності праці   |
|  | Відстаючі   | Не кваліфіковані, не добросовісні робітники  |
| Ручка А.А., Сакада Н.А., 1988 [9]  | Ініціативний  | Систематично перевищує виробничі норми, виготовляє продукцію відмінної якості, блискуче знає свою роботу, раціоналізатор, завжди надає допомогу по роботі, прагне до співпраці, на морально-психологічний клімат у колективі впливає позитивно   |
|  | Виконавчий  | Завжди виконує виробничі норми, браку майже не допускає, але в роботі керується правилом «від і до», недостатньо ініціативний, хоча і добросовісний, з товаришами по роботі ладнає, дисциплінований, на морально-психологічний клімат у колективі впливає позитивно  |
|  | Пасивний  | В цілому виконує необхідний обсяг робіт, але постійно потребує підтримки, іноді допускає брак, свою роботу знає середньо, до підвищення знань та майстерності не прагне, до всього нового ставиться байдуже, своєю поведінкою трудову дисципліну не погіршує   |
|  | Той, що ухиляється  | Іноді не виконує виробничі норми, нерідко робить брак, потребує постійного контролю, здійснює прогули та інші дисциплінарні проступки, викликає конфлікти, на морально-психологічний клімат у колективі впливає негативно  |
| Фішман С. М., 2011 [10]  | Ініціативний  | Підприємливий, схильний до прийняття та виконання самостійних рішень   |
|  | Формально-доляльний   | Тримається формально в межах законності, в межах нейтрально-доброзичливого ставлення до роботи   |
|  | Девіантний  | Поведінка, що відхиляється від загальноприйнятих, соціально схвалюваних, найбільш поширених і усталених норм у певних спільнотах та організації в певний період їх розвитку  |
| <b>За формами трудової поведінки</b>                                     |   |  |
| Верховін В.І., 2003 [5]  | Цільовий  | Функціональна – безпосередньо стосується виконання конкретних трудових функцій на робочому місці<br>Економічна – спрямована на досягнення певного рівня добробуту і якості життя<br>Організаційна – здійснюється в процесі організаційно-управлінської взаємодії<br>Стратифікаційна – спрямована на досягнення зміни професійних кваліфікаційних та адміністративних статусів  |
|  | Інноваційний  | Це подолання різних перешкод, опозиційних настроїв і думок. Психологічно вона досить дискомфортна, бо пов'язана з функціонуванням індивіда в екстремальних ситуаціях   |
|  | Адаптивно-приспосувальний   | Реалізується в процесі пристосування працівника до нових професійних статусів, вимог технологічного середовища   |
|  | Церемоніально-субординаційний   | Виявляється на різних рівнях організаційної ієрархії, виконуючи ряд необхідних і додаткових функцій. Зокрема, забезпечує збереження, відтворення і передачу значущих цінностей, професійних традицій, звичаїв і зразків поведінки; підтримує стійкість та інтеграцію працівників з організацією в цілому   |
|  | Характерологічний   | Залежать від зовнішнього прояву тих чи інших особистісних властивостей працівника.   |
|  | Невмотивований  | Спонтанна.   |
|  | Деструктивний   | Протиправна – викликана вмотивованим чи невмотивованим порушенням (недотриманням) юридичних норм трудового, кримінального чи адміністративного права<br>Адміністративно-управлінська – пов'язана з перевищенням прав і повноважень, із прямим невиконанням обов'язків чи зловживанням службовим становищем<br>Дисфункціональна – проявляється у професійній некомпетентності<br>Індивідуально-цільова – поведінка, що має край егоїстичний характер, спрямована на реалізацію суто особистих інтересів на шкоду колективним інтересам<br>Групова поведінка, здійснювана співтовариством (каста, група, кліка) на шкоду інтересам суспільства (груповий егоїзм)<br>Імітаційна поведінка – камуфлює справжні інтереси й наміри працівників та породжує феномен псевдоактивності, за яким приховується протилежний зміст<br>Поведінка, що відхиляється – пов'язана з реалізацією асоціальних звичок і схильностей |
| <b>Відповідно до критерію додержання організаційних норм та правил</b>   |   |  |
| Бобнева М.І., 1978 [4]   | Інституціональний   | Повністю відповідає зразкам діяльності, відносин і проявів особистості, що задаються інституційними нормами (тобто нормами, прийнятими і затвердженими всередині організації)  |
|  | Не інституціональний  | Підлягає регуляції інституційною нормативною системою організації, але стосовно якої така регуляція з тих чи інших причин не здійснюється  |
|  | Поza інституціональний  | На яку не поширюється обов'язковість інституційної нормативної системи організації   |
|  | Анти інституціональний  | Спрямована проти інституційної нормативної системи   |
| Волков Ю.С., 2009 [11]   | Нормативний   | Трудова поведінка працівника обмежується виконанням передбачуваних змістом роботи, закріплених за ним видів трудової діяльності, функцій, обов'язків на умовах добровільного їх виконання  |
|  | Супернормативний  | Трудова поведінка працівника, що крім сумлінного виконання своїх обов'язків включає в себе регулярне виконання вторинних трудових дій  |
|  | Субнормативний  | Характеризує працівників, які не повно, не достатньо якісно виконують свої прями трудові, службові обов'язки, доручення  |
|  | Анормативний  | Працівники виконують свої обов'язки тільки під постійним надзором, намагаючись у будь-який зручний момент ухилитися від справ  |
| <b>За цілеспрямованістю трудової поведінки</b>                           |   |  |
| Шрейдер Ю.А., 1979 [12]  | Ритуальний  | Метою є виконання ритуалу, дотримання форми поведінки, етикету тощо  |
|  | Цілеспрямований   | Орієнтується чітко поставленою метою   |
| Ядов В.А., 2003 [13]   | Програмуючий  | Спрямована на активне виконання власних творчих планів та програм  |
|  | Приспосувальний   | Змінює свої дії під впливом зовнішніх факторів   |
| <b>За мотивацією трудової поведінки</b>                                  |   |  |
| Сліпкова О.К. [14]   | Людина раціональна  | Раціоналістичні мотиви: владна мотивація у поєднанні зі стимулюванням  |
|  | Людина соціальна  | Соціальні мотиви: стимулювання в поєднанні з прямою мотивацією   |
|  | Людина, що самоактуалізується   | Мотиви самоактуалізації: пряма мотивація   |
| Дороніна М.С., Полубедова А. О., 2012 [3]                                | Виконавець  | Орієнтація на матеріальне заохочення трудової активності; можливість неформального спілкування з колегами  |
|  | Інтрапренер   | Можливість повної реалізації свого потенціалу в праці; право самостійно приймати рішення щодо роботи   |
|  | Інтелектуальний капіталіст  | Повна свобода використання знань та інтуїції в роботі; можливість поповнення професійних знань   |
| Попов А.В., 2013 [20]  | Матеріалісти  | Люди, які прагнуть поліпшити своє матеріальне становище (мотиви збагачення)  |
|  | Адаповані споживачі   | Мотиви стабільності  |
|  | Новатори  | Прагнення особистісного зростання та реалізації свого потенціалу (мотиви розвитку)   |

2. Морально-орієнтований (з домінантою на потреби правди, життя по совісті, миру та злагоди в душі) – тип трудової поведінки, який характеризується чесністю та надійністю у праці, високим рівнем відповідальності, вірності слову, при чому головними, регулюючими трудову поведінку факторами виступають голос совісті, а також стандарти поведінки і моральні якості, які були сформовані під впливом виховання.

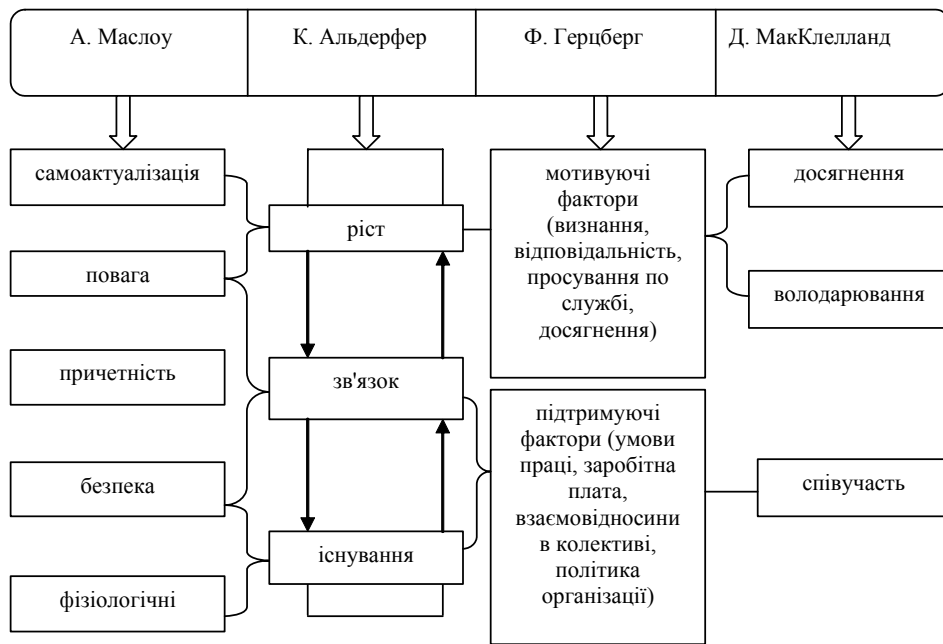


Рис. 1. Співвідношення груп потреб, запропонованих зарубіжними авторами змістовних теорій мотивації

Таблиця 2

**Ієрархія потреб людини, складена за принципом соціокультурної ідентичності, сформованої в межах східнослов'янської цивілізації**

| Рівень потреб             | Категорія потреб (Архімандрит Платон (Ігумнов) [19]) | Класифікація потреб (Компанієць В.В. [7]) |
|---------------------------|--|---|
| Духовний                  | Вищі (релігійні, пізнавальні, етичні та естетичні)   | Духовно-моральні                          |
| Душевний                  |  | Соціальні – служіння                      |
|                           |  | Творчі                                    |
| Тілесний (самозбереження) | Егоцентрично-особисті                                | Соціально-психологічного комфорту         |
|                           |  | Досягнення (влада, успіх, визнання)       |
|                           | Вітально-органічні                                   | Безпеки                                   |
|                           |  | Базові                                    |

3. Соціально-орієнтований (з домінантою на потреби служіння Вітчизні, народу, загальній справі) – тип трудової поведінки, що характеризується проявом альтруїзму, натхненного та добровільного служіння в ім'я звершення ідеї суспільного благополуччя у поєднанні зі стійкими патріотичними переконаннями та завзятим захистом інтересів власної держави (галузі, підприємства, колективу, справи).

4. Творчо-орієнтований (з домінантою на потреби творчої реалізації, професійного удосконалення, самоосвіти) – тип трудової поведінки, що характеризується здатністю власної гармонізації (дух – душа – тіло) і гармонізації навколишнього простору, естетичних переживань, а також потребою безперервної всебічної самореалізації та самовдосконалення власної особистості через трудову діяльність.

5. Афіліативний (з домінантою на потреби у спілкуванні та соціальній причетності) – тип трудової поведінки, що характеризується проявом високого ступеню чутливості, емоційності, ерудиції, ситуативної адаптивності, впевненості і активності, відкритості і товариськості, а також значним прагненням до громадських сфер діяльності.

6. Губрістичний (з домінантою на особисті досягнення, владу та пошану) – тип трудової поведінки, що характеризується наполегливим прагненням до панування і обраності, бажанням отримати визнання і могутність в суспільстві, обійняти престижну керівну посаду.

7. Пересторожливий (з домінантою на потреби безпеки та стабільності) – тип трудової поведінки, який характеризується орієнтацією на самозбереження та егоцентризм, властивий людині обачній і обережній у вчинках, діях, що приймає все в розрахунок, уникає конфліктів, важко сприймає зміни, дещо потайній, недовірливий до більшості оточуючих.

8. Акізитивний (з домінантою на базові потреби) – тип трудової поведінки найбільш схильний до придбання і накопичення матеріальних цінностей, першочергового задоволення фізіологічних (монетарних і немонетарних) потреб, націлений на пошук шляхів і можливостей досягнення економічної незалежності.

Дана типологія представляє собою вектор що від акізитивного типу прагне до досконалості. Коротка характеристика ціннісно-мотиваційної орієнтації працівників з різними типами трудової поведінки наведена у табл. 3.

## Ціннісно-мотиваційна орієнтація працівників з різними типами трудової поведінки

| Домінуюча група потреб працівника  |   | Провідна ідея (девіз)      | Тип трудової поведінки   | Професійно-поведінкова характеристика  |
|--|---|----------------------------|--|--|
| Духовно-моральні   | потреба у спілкуванні з Богом прагнення до богопізнання, духовного зростання, виконання заповідей | Людина ходить – Бог водить | Сотеріологічний  | Представник сотеріологічного (від грец. <i>soteria</i> – спасіння) типу трудової поведінки сприймає працю як добродієність; відрізняється орієнтацією на виконання заповідей Божих, серед яких найвищими є любов до Бога та ближніх; освяченням праці молитвою; безперервним прагненням до реалізації власних потенційних можливостей, здібностей і талантів; усвідомленням своєї місії, відчуттям звершення промислу Творця, богокерованості; вірою у своє покликання і розцінюванням себе, як нитки в Божій руці, яка гармонійно вплітається в тканину світу і від цього є Богом збереженою [21]; більш повним пізнанням світу, суті речей та людського буття; прийняттям своєї власної природи, визнанням недоліків, помилок, своєї провини; невпинним прагненням до інтеграції та єдності з Вищими Духовними Силами. |
|  | потреба жити і працювати чесно, по совісті, прагнення до миру та злагоди в душі                   | Правда світліша за сонце   | Морально-орієнтований  | Працівник відрізняється: цілеспрямованими, морально мотивованими діями; потребою високого рівня свободи; негативним ставленням до всього, що має вузькоєгоїстичний характер, протирічить духовно-моральним законам, плямує честь та совість. Нестійкий тип поведінки в порівнянні з сотеріологічним, тому що при послабленні стримуючих факторів ззовні (виховання, закону, ідеології) поступово починає домінують керуватися (в залежності від ситуації) іншими потребами, мотивами.  |
| Служіння (потреба служити Вітчизні, народу, загальній справі, своїй сім'ї; любити свої обов'язки та шукати в них задоволення незалежно від престижності посади; потреба ділитися, радіти за інших, допомагати людям, своїм рідним) | Жити - рідному краю вірно служити   | Соціально-орієнтований     | Працівнику притаманна творча, плідна, жертвна праця заради кращого майбутнього своєї країни, свого народу, своєї родини. Характеризується відповідальністю у всьому – на роботі, вдома в побуті; чуттєвістю, щирістю і твердістю переконань у поєднанні з простотою і людською добротою; униканням роботи, яка може вимагати високого ступеня єгоїстичності та суперництва, всьлякої діяльності, що може нашкодити люду. Навпаки, соціально-орієнтованому типу трудової поведінки притаманні: самостійний пошук можливостей допомагати іншим людям; високі моральні принципи, соціальне почуття, змістом яких є любов до Батьківщини і готовність підпорядкувати її інтересам свої приватні інтереси; величезна воля, прагнення до досконалості; вимога найкращого від самого себе в кожному мить свого служіння. Така поведінка виключає укладіє прислужування, виконання чийось примх, рабську службу на замовлення. |  |
| Творчі (потреба самовдосконалення, самоосвіти; потреби у змінах, інноваціях; потреби пізнання навколишнього світу, потреби творчого пошуку)  | Своєму таланту підіймай витривалість  | Творчо-орієнтований        | Представники творчо-орієнтованого типу трудової поведінки характеризуються: прагненням до винайдення та створення якісно нових матеріальних і духовних цінностей; здоровим, духовно-вірним, творчим оптимізмом; розвиненим відчуттям прекрасного, витонченого та корисного; униканням примітивності та «накатаних колій»; інтересом до дослідження, пізнання і перетворення навколишнього світу; прагненням до гармонійного розвитку (дух, душа, тіло) особистості, постійного самовдосконалення, самоосвіти; здатністю жертвувати особистими інтересами заради нової ідеї, надихати, заражати нею оточуючих; потребою професійного удосконалення та постійного зростання.   |  |
| Соціально-психологічний комфорт (потреба працювати з людьми, спілкуватися з широким колом людей, відчувати свою причетність до колективу)  | Гарне братство краще за багатство   | Афіліативний               | Афіліативний тип трудової поведінки характеризується: розвинутою здатністю до комунікацій, ввічливістю, товариськістю; підвищеною увагою та чуйністю до людей; вмінням викликати довіру, виявити турботу про колегу; вмінням пристосовуватися і викликати симпатію в оточуючих; природною схильністю підтримувати живе спілкування з оточуючими; керувати, а іноді і маніпулювати емоційним станом інших; потребою в любові та підтримці товаришів, відчутті душевної близькості; готовністю до співпраці; відкритістю, невимушеністю; активністю в усуненні конфліктів.   |  |
| Досягнення (потреба у визнанні, повазі, успішній кар'єрі; потреба в завоюванні почесних нагород, звань; потреба володарювати, керувати людьми, конкурувати)  | Великому кораблю – велике плавання  | Губрістичний               | Губрістичний тип трудової поведінки характеризується: снобізмом і прагненням до кар'єрного зростання; відсутністю самокритичності, вираженою тенденцією до вигорювання себе; артистизмом і публічністю в поведінці; марнославством, нерідко у формі вихвалання; прагненням бути в центрі уваги; наполегливістю, рішучістю, працьовитістю, практичністю і ґрунтовністю; униканням порожніх розмов і безцінного проведення часу; не вмінням довго відпочивати, розслабитися, перебувати в стації; вмінням мобілізуватися в критичних ситуаціях, коли необхідна швидкість реакції та здатність до ризику, азарту; прагненням до визнання з боку оточуючих, до підтримки іміджу шанованої і солідної людини; не терпінням зрівнялівки ні в чому; високою конкурентоспроможністю, проявом впевненості в собі, самолюбством; володінням задатками лідера, організаторськими здібностями.                                     |  |
| Безпеки (потреба в захищеності, стабільності, інформованості; потреба в протекції, у дотриманні посадових інструкцій, правил охорони праці; потреба у комфортних, не шкідливих умовах праці)                                       | Сім раз відмір – один раз відріж  | Пересторожливий            | Для працівника важливі надійність доходів, робочого місяця, забезпечення старості, захист у разі непрацездатності; він не боїться роботи і труднощів, як таких, але йому обов'язково потрібно бути до них готовим; постійне структурування та систематизація навколишнього простору, створення такої зони для життєдіяльності, в якій можна сховатися від будь-яких проблем; виявляє прихильність та відданість людям, що зробили для нього добро, допомогли у працевлаштуванні і т.ін., нерідко потрапляє до них в залежність. Відрізняється прагненням до чіткості, обізнаності (інструктування), потребою в надійності доходів, гарантії зайнятості та соціального захисту, забезпеченні старості. Уникає тісного контакту з незнайомими людьми, новими співробітниками; віддає перевагу трудовому середовищу, де відносини обмежені, а дії структуровані; з важкістю сприймає інноваційні процеси і перетворення.  |  |
| Базові (потреба мати високу заробітну плату, матеріальні види заохочення, набір пільг, доплат і надбавок; потреба у їжі, житлі, одязі, задоволенні репродуктивної функції, доброму відпочинку, сні)                                | Грошей багато не буває  | Аквізиторський             | Працівники з аквізиторським типом трудової поведінки орієнтуються на піклування про вузькоособистісні життєві вигоди, зручність і комфорт особистості; відрізняються сприйняттям грошей, багатства, тілесних насолод та слави як головного сенсу життя; запереченням всього ідеального та високого, крім власної персони, красивого одягу, житла та ін. матеріальних речей; захопленням людьми, що мають великі статки, вмінють заробляти гроші, не важливо яким шляхом; можливістю знехтувати безпекою, інтересами чи життям сторонніх людей заради вигоди; пошуком в суспільстві вигідного положення і високо прибуткової посади чи справи; схильністю змінювати навколишній життєвий простір, не у відповідності із загальнолюдськими моральними законами та цінностями, а так, як вигідно; не вмінням критично оцінювати свої сили, перекладанням відповідальності на інших людей чи невідповідних обставин.       |  |

Слід зауважити, що одним з головних принципів або умов ефективності трудової поведінки в православної моделі праці, яка відповідає соціокультурній ідентичності українців є реалізація в праці всіх потреб особистості від матеріальних до духовних, але у кожній конкретній ситуації, коли постає питання вибору між ними людина буде орієнтуватися на те, що є найголовнішою цінністю у її житті, на домінуючу групу внутрішніх потреб, яка і буде визначати тип її трудової поведінки.

Використання запропонованої нами типології трудової поведінки (на основі методичного забезпечення, яке буде розроблено автором) надасть можливість:

- провести анкетування працівників, що спрямоване на виявлення у кожного працівника домінуючого типу трудової поведінки;
- підібрати та розставити кадри у відповідності до виявлених типів поведінки персоналу;

- вибрати мотиваційну політику, що відповідатиме визначеним типам трудової поведінки;  
- забезпечити повну творчу та професійну реалізацію кожного працівника на тій посаді, що найбільш точно відповідатиме не тільки його інтелектуальним але й морально-психологічним особливостям, його світосприйняттю.

Це, в свою чергу, дасть змогу досягти позитивних наслідків реалізації трудової поведінки персоналу, що насамперед відобразиться на показниках ефективності роботи підприємств, які в найбільшій мірі залежать від людського фактору виробництва.

**Висновки.** Таким чином, у цій публікації ми вперше запропонували авторське визначення поняття «тип трудової поведінки», розкрили його зміст і сутність. Для покращення використання теоретичних знань на практиці систематизували найбільш відомі класифікації типів трудової поведінки зарубіжних та вітчизняних авторів за наступними підходами: витратно-компенсаційний підхід; за характером трудової активності; за формами трудової поведінки; відповідно до критерію додержання організаційних норм та правил; за цілеспрямованістю трудової поведінки; за мотивацією трудової поведінки. Також ми запропонували власну типологію трудової поведінки, яка відповідає принципу соціокультурної ідентичності і базується на ієрархії потреб, яка враховує християнську антропологію. Представили коротку характеристику даних типів трудової поведінки з виділенням головних аспектів, на які в подальшому спиратиметься керівник при визначенні дієвих заходів мотиваційного впливу, адекватних даним типам трудової поведінки.

### Література

1. Троцкий А.Р. Проблемы типологии работников и их трудового поведения [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.nmk.ulstu.ru/index.php?tezis=203&item=1&god=2007>
2. Ядранський Д.М. Типи трудової поведінки працівників / Д.М. Ядранський // Соціальні технології, випуск 48. – Запоріжжя : ПКУ, 2010. – С. 146–152.
3. М. Doronina, A. Polubedova. Functional harmony of labour behaviour of the personnel // Економіка розвитку № 4 (64). – ХНЕУ, 2012. – С. 111–118
4. Бобнева М. И. Социальные нормы и регуляция поведения / М.И. Бобнева. – М. : Наука, 1978. – 311 с.
5. Верховин В.И. Содержание, структура и функции трудового поведения / В.И. Верховин // Социологические исследования, № 11, с. 25-36
6. Адамчук В.В. Экономика и социология труда : учебник для экономических специальностей ВУЗов / В.В. Адамчук, О.В. Ромашов, М.Е. Сорокина. – М. : ЮНИТИ, 1999. – 407 с.
7. Компанієць В.В. Управління розвитком соціально-економічних систем у духовно-моральному та соціокультурному вимірі. Частина I. Розвиток соціально-економічних систем у духовно-моральному та соціокультурному вимірі. Духовно-моральна соціально-економічна система : монографія / В.В. Компанієць. – Харків : УкрДАЗТ, 2012. – 296 с.
8. Смирнов В.А. Социальная активность советских рабочих / В.А. Смирнов. – М., 1979. – 150 с.
9. Ручка А.А. Стимулювання і мотивація праці на промисловому підприємстві / А.А. Ручка, Н.А. Сакада. – К. : Наукова Думка, 1988. – 223 с.
10. Фишман С.М. Факторы, определяющие поведение человека в организации. Типология трудового поведения [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.hrfaq.ru>
11. Волков Ю.Е. Социология труда / Ю.Е. Волков – М. : Издательский дом «Атис», 2009. – 536 с.
12. Шрейдер Ю. А. Ритуализация поведения и формы косвенного целеполагания / Ю.А. Шрейдер // Психологические механизмы регуляции социального поведения. М., 1979.
13. Ядов В.А. Социология труда. Теоретико-прикладной толковый словарь : словарь / отв. ред. В.А. Ядов. – СПб. : Наука, 2006. – 426 с.
14. Слинкова О.К. Мотивационное управление персоналом: методические и прикладные аспекты : монография / О. К. Слинкова. – Братск : БрГУ, 2005 (Братск). – 193 с.
15. Maslow A. H. A Theory of Human Motivation. Psychological Review, 1943. – № 50. – 370–396.
16. Alderfer C. P., An Empirical Test of a New Theory of Human Needs; Organizational. Behaviour and Human Performance, volume 4, issue 2, pp. 142–175, May 1969.
17. Herzberg, F.I. 1987, 'One more time: How do you motivate employees?', Harvard Business Review Sep/Oct87, Vol. 65 Issue 5, p. 109–120.
18. McClelland D. C., Winter D. G. Motivating economic achievement. New York: Free Press, 1969. p. 409
19. Архимандрит Платон (Игумнов). Основные категории потребностей [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.lib.eparhia-saratov.ru/books/09i/igumnov/igumnov1/30.html>
20. Попов А.В. Типология работников как инструмент управления трудовым поведением / А.В. Попов // Экономические и социальные перемены: факты, тенденции, прогноз. – 2013. – № 1. – С. 162–175.
21. Ильин И.А. Поющее сердце: кн. тихих созерцаний / И.А. Ильин. – Изд. 2-е. – М. : Дарь, 2006. – 319 с.



## References

1. Troshchey A. R. Problems typology of workers and their work behavior [electronic resource]. Mode of access: <http://www.nmk.ulstu.ru/index.php?tezis=203&item=1&god=2007>
2. Yadrans'kiy D.M. Types of work behavior of employees // Social Technology, Issue 48. - Zaporozhye: CLE, 2010, p. 146-152.
3. M. Doronina, A. Polubedova. Functional harmony of labour behaviour of the personnel // Ekonomika rozvitku number 4 (64). - HNEU, 2012 p., P. 111-118
4. Bobneva M.I. Social norms and regulation of behavior / M. Bobneva. - Moscow: Nauka, 1978. – 311p.
5. Verkhovyn V.I. The content, structure and functions of labor behavior. // Sociological Research, № 11, p. 25-36
6. Adamchuk V.V. Economics and sociology of work [Text]: a textbook for high schools of economic specialties. / V.V. Adamchuk, O.V. Romashov, M.E. Sorokin. - Moscow: UNITY, 1999. - 407 p.
7. Kompaniets V. Managing the development of socio-economic systems in the spiritual and moral and socio-cultural dimension. Part I. Development of socio-economic systems in the spiritual and moral and socio-cultural dimension. Spiritual and moral socio-economic system: monograph / V. Kompaniets. - Kharkov: UkrDAZT, 2012. - 296 p.
8. Smirnov VA Social activity of the Soviet workers [Text] / VA Smirnov. - M., 1979. 150.
9. Ruchka A.A., Sakada N.A. Incentive and motivation in an industrial plant [Text] / A. A. Ruchka, N.A. Sakada. - Kyiv: Naukova Dumka, 1988. - 223 p.
10. Fishman SM The factors that determine human behavior in organizations. Typology of work behavior. [Electronic resource] - Access mode: <http://www.hrfaq.ru11>. Yuri Volkov Sociology of Work [Text] / YU.E Wolves - Publishing House "Atys", 2009. - 536.
12. Schrader Y.A. Rritualisation indirect forms of behavior and goal setting // Psychological mechanisms of regulation of social behavior. M., 1979
13. Yadov V.A. Sociology of Work. Theoretical and Applied Dictionary [Text]: Dictionary / Min. Ed. VA Poisons. - St. Petersburg.: Nauka, 2006. - 426.
14. Slinkova D.C. Motivational personnel management: methodological and applied aspects [Text]: monograph / OK Slinkova. - Bratsk BrSU 2005 (Bratsk). - 193 p.
15. Maslow A. H. A Theory of Human Motivation. Psychological Review, 1943. Number 50, 370-396.
16. Alderfer C. P., An Empirical Test of a New Theory of Human Needs; Organizational. Behaviour and Human Performance, volume 4, issue 2, pp. 142-175, May 1969
17. Herzberg, F.I. 1987, 'One more time: How do you motivate employees?', Harvard Business Review Sep/Oct87, Vol. 5 Issue 65, p. 109-120
18. McClelland D. C., Winter D. G. Motivating economic achievement. New York: Free Press, 1969. p. 409
19. Archimandrite Platon (Igumnov). The main categories of needs [electronic resource] - Access mode: <http://www.lib.eparhia-saratov.ru/books/09i/igumnov/igumnov1/30.html>
20. Popov A.V. Typology of workers as instrument of management of labor behavior// Economic and social changes: facts, trends and outlook. 2013 . No. 1. Page 162-175
21. Ilyin I.A. Singing Heart: a book of quiet contemplation / I.A. Ilyin. - Ed. 2nd. - Moscow: Dar, 2006. - 319 p.

Надійшла 13.09.2013; рецензент: д. е. н. Кірдіна О. Г.

УДК 331. 101. 3: 658

A. A. САХНО

Вінницький фінансово-економічний університет

## ВИКОРИСТАННЯ ТЕОРІЇ ПОРТЕРА – ЛОУЛЕРА У ПІДПРИЄМНИЦТВІ

*В роботі розглянуті особливості процесуальних теорій мотивації, зокрема зроблений аналіз застосування комплексної теорії Портера – Лоулера у підприємницькій діяльності. Виявлено чинники мотивації працівників в умовах застосування методів управління для підвищення результативності праці.*

*Ключові слова: очікування винагороди, справедливість, результативність праці, мотивація.*

A. A. SAKHNO

Vinnitsya University of Economy and Finance

## USING THE THEORY OF PORTER – LAWLER IN BUSINESS

*The aim of the paper is an attempt to improve the notions of motivation in business through the use of the theory that includes the concept of expectations and fairness. For employees is always a matter of justice and standby fees is unresolved, as their needs grow as far as pleasure. As for the head unresolved is the issue of managing the needs of employees through outcome expectations and justice. The task of the paper is the application of Porter-Lawler model for enterprise management and employee motivation to increase productivity. In this work the characteristics of procedural theories of motivation, including an analysis of an integrated theory of Porter – Lawler in business. The factors motivating employees in the use of management techniques to improve the efficiency of labour. Porter – Lawler theory allows the entrepreneur to use the factor of effective labour to meet the workers as productive labour increases the waiting period for compensation, as well as a prerequisite for justice. In the case of pressure on employees can achieve performance improvement work, but will deteriorate the quality of the employment potential of the company.*

*Keywords: waiting for compensation, justice, labour efficiency, motivation.*

**Постановка проблеми.** Розвиток конкурентних відносин вимагає появи дієвих інструментів, що забезпечать перемогу у боротьбі. Останні події у світовій економічній системі черговий раз довели, що забезпечити та пришвидшити економічний розвиток можливо тільки у випадку раціональної економічної організації підприємства, а також врахування психологічних особливостей учасників процесу. Таким чином,

з одного боку, існують потреби учасників економічних відносин, з іншого – формуються відносини, що побудовані на очікуванні винагороди, бажанні справедливості, розрахунку майбутньої перспективи і т.д.

Метою статті є спроба вдосконалення понять про мотивацію у підприємницької діяльності шляхом використання теорії, що включає у себе концепції про очікування та справедливості.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Основою теорії Портера – Лоулера є теорії очікувань В. Врума [1] та справедливості С. Адамса [2]. Концептуальною працею є дослідження управлінських відносин та продуктивності [3], а також разом з Р. Хакманом поведінки в організаціях [4]. Всього Портер та Лоулер за період з 1963–1968 років присвятили сім статей у журналах з психології та економіки проблемам очікування та справедливості. Теорія Портера – Лоулера активно використовується у багатьох дослідженнях. Кожен підручник з напрямку «Менеджмент» обов'язково у розділі «процесуальні теорії» вміщує інформацію про цю теорію. Прикладом застосування моделі Портера – Лоулера для мотивації членів організації управління акціонерного товариства є робота Лаптева І.В. [5].

**Невирішені проблеми.** Для працівників підприємств завжди питання справедливості та очікування винагороди є невирішеним, оскільки їх потреби зростають по мірі задоволення. Тому для керівника невирішеною є проблема управління потребами працівників через очікування результату та справедливості.

**Постановка завдання.** Завдання статті полягає у застосуванні моделі Портера – Лоулера для управління діяльністю підприємства та мотивації працівників підвищувати продуктивність праці.

**Результати дослідження.** Теорія Портера – Лоулера є комплексною процесуальною теорією, що побудована на поєднанні теорій очікувань В. Врума та справедливості С. Адамса. Автори наголошують на існуванні залежності результатів праці від таких змінних, як витрачені зусилля, здібності, характер людини та усвідомлення своєї ролі в процесі праці.

Теорія Портера – Лоулера зробила значний крок у усвідомлення мотивації праці стверджуючи, що задоволення працівник отримує від результативної праці, проте керівники підприємств як правило вважають, що результативна праця буде гарантована якщо працівники будуть задоволені умовами праці.

Значна роль процесуальних теорій мотивації полягає у тому, що вони не зменшуючи функції потреб, головними чинником мотивації виділяють очікування та справедливості. Портер та Лоулер головним чинником мотивації вважають результативну працю. Таким чином, працівник може результативно працювати, підвищуючи продуктивність, якщо він у перспективі сподівається на отримання достойної винагороди та справедливе місце у соціальному середовищі.

Проблема полягає у тому, що підприємець, з одного боку, повинен рахуватися з очікуваннями працівників та намагатися досягти справедливості у відносинах, проте з іншого, суто економічні фактори створюють певні обмеження. Як неможливо повністю задовольнити потреби всіх працівників, так неможливо виправдати всіх очікувань та забезпечити повну справедливість. Таким чином, підприємець повинен чимось жертвувати у процесі мотивації.

Найважливішими критеріями працівника, що завжди цінуються підприємцем є здібності та характер. Вони дозволяють підприємцю оцінювати роль працівника, а тому і є орієнтиром у процесі мотивації. Більш того, для керівника під поняттям «здібності» дуже часто маються не тільки чинники природної обдарованості людини, а й презентабельності, рівня освіти, світогляду, здоров'я, задоволеністю життям і т.д. Під поняттям «характер» розглядаються такі риси, як наполегливість, здатність до навчання, сприйняття інновацій, допомога колегам і т.д.

У цьому контексті можна вести мову про формування трудового потенціалу підприємства.

Трудовий потенціал пропонується визначати так: «трудовий потенціал – це трудові ресурси», «трудовий потенціал – це ресурсна категорія», «трудовий потенціал – це персонал підприємства», «трудовий персонал – це чисельність працездатного населення» [6, с. 60]. Крім того, трудовий потенціал також можна розглядати через такі поняття, як «стать, вік, освіта, стан здоров'я, бажання працювати і приносити користь суспільству». Інші дослідники під трудовим потенціалом розглядають «трудові можливості людського фактора в єдності економічного і соціального аспектів», «психофізіологічні особливості, рівень професійних знань і накопиченого досвіду», «економічні, соціальні, технічні, організаційні та інші умови відтворювального процесу» [6, с. 60].

Виходячи з наведених визначень, трудовий потенціал є багатограним чинником, а тому для підприємця важливі його критерії формування з точки зору набору властивостей окремої людини. Використання трудового потенціалу залежить від рівня впливу керівника на потреби працівників, тобто управління потребами. Деякі підприємці, коли набирають працівників, намагаються «запрограмувати» справедливість та «затягувати» період очікування. Це дозволяє спростити процес управління до маніпулювання потребами, проте тоді може зменшитися результативність праці.

Саме тому Портер та Лоулер пропонують результативність праці розглядати як незалежний чинник, що є інструментом програмування рівня задоволеності від діяльності (виправдання очікувань та досягнення справедливості).

Найважливішою рисою керівника є управління зусиллями. Підприємець може використовувати здібності та характер як окремого працівника, так і підвищувати трудовий потенціал підприємства. Це можливе якщо існує зв'язок «зусилля – винагорода». Підприємець обирає варіант управління у межах вкладених зусиль та винагородою.

З одного боку, найбільш логічним є варіант, коли винагорода розподіляється пропорційно вкладених зусиль. З іншого – кожний працівник розраховує на збільшення винагороди під дією внутрішніх та зовнішніх чинників. Крім того, для працівника важливо скільки за подібну роботу отримують його колеги або працівники інших фірм.

Психологічно людина влаштована таким чином, що вона може погодитися з відсутністю винагороди для себе, але не погодиться з винагородою для свого товариша, який вніс ненабагато більший вклад у загальний результат ніж інші працівники. Як наслідок, зв'язок «зусилля – винагорода» у теорії Портера – Лоулера пропонуємо у вигляді трикутника з врахуванням очікувань винагороди (рис. 1).

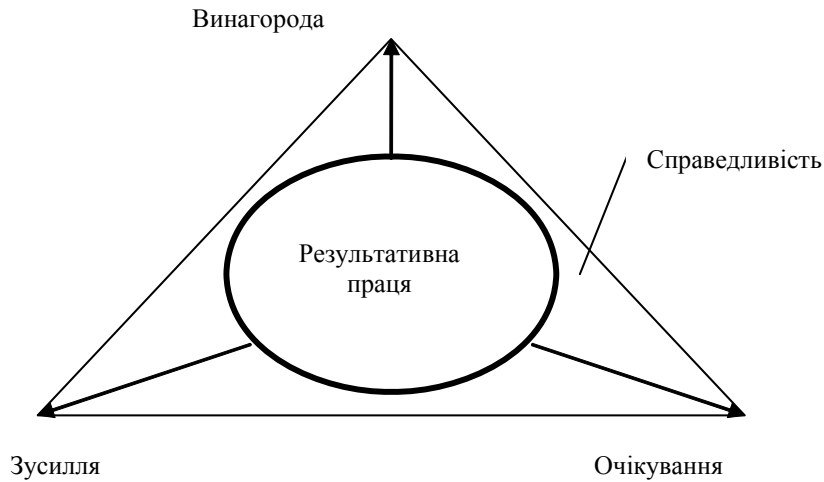


Рис. 1. Зусилля – очікування – винагорода

Як показано на рис. 1, чинник результативної праці вимагає від підприємця вміння програмувати зусилля персоналу відносно очікуваної винагороди за працю. Справедливість є чинником, що неможна визначати як окрему складову на відміну від інших, однак її слід сприймати як простір, який формує трудовий потенціал.

Чинник підприємницького впливу на результативність праці пов'язаний з очікуванням на винагороду (рис. 2).

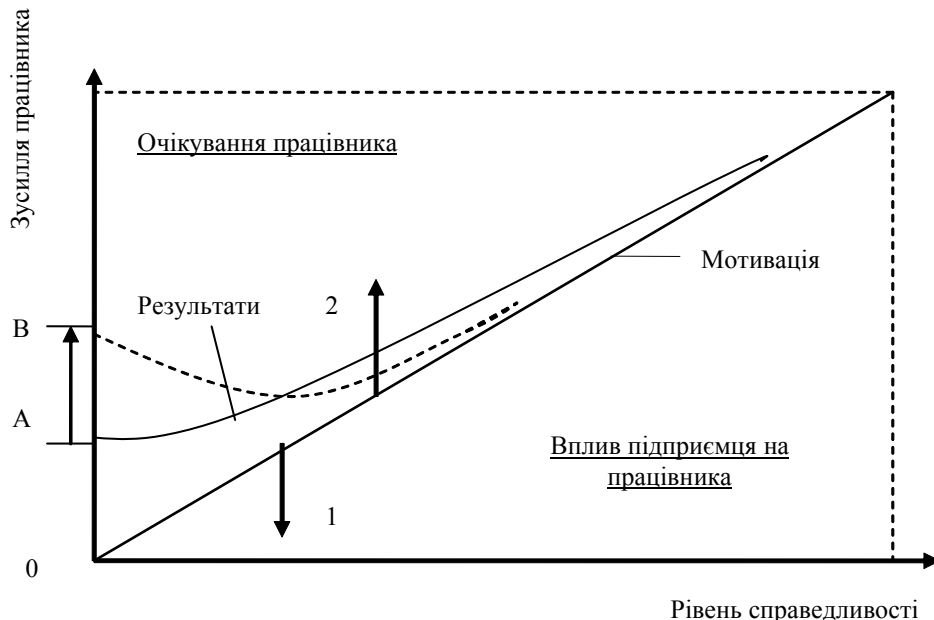


Рис. 2. Мотивація очікування та вплив підприємця

Трудовий потенціал ми розглядали з точки зору різних категорій, а тому слід вести мову про якість трудового потенціалу, як чинника, який забезпечує підприємцю необхідний результат. У випадку незабезпечення необхідного результату, підприємець починає розглядати причини низької якості роботи працівників з точки зору незадовільного рівня професійної підготовки, нестійкого характеру, порушення

дисципліни і т.д. Тому, якщо мотивація працівника є чинником очікування винагороди, то підприємець у такому випадку замінює чинник очікування на чинник підприємницького впливу.

На рис. 2 лінія мотивації показує можливості підприємця впливати на результативну діяльність. Якщо підприємець вирішить зменшити власне втручання, то згідно теорії Портера – Лоулера внаслідок зростання зусиль підвищиться результат (з точки А до точки В). Лінія мотивації (випадок 1) буде рухатись в напрямку до осі абсцис, а тому площа очікувань працівника збільшується. У такому випадку при незмінних зусиллях рівень справедливості підвищується. Лінія результатів асимптотична до лінії мотивації, оскільки результативна праця є чинником програмування задоволеності від результату, а тому працівник згоден більше очікувати заради зростання винагороди.

У випадку 2, підприємець навпаки збільшує власне втручання. У цієї ситуації можливі два наслідки. Лінія мотивації рухається до осі ординат, рівень справедливості та площа очікування працівника зменшуються, тому, по-перше – ці заходи дадуть результат і працівники вирішать очікувати винагороди, оскільки зростуть зусилля (з точки А до точки В). Другим наслідком є відсутність результату: працівники вже нічого не будуть очікувати, відповідно хтось пристосується до ситуації (оскільки лінія результатів теж піде вгору за лінією мотивації), дехто звільниться з роботи.

**Висновки.** Теорія Портера – Лоулера дозволяє підприємцю використати чинник результативної праці для задоволення працівників, оскільки результативна праця збільшує період очікування винагороди, а також створює передумови для справедливості. У випадку використання тиску на працівників можна досягти підвищення результативності праці, проте буде погіршуватися якість трудового потенціалу підприємства.

### Література

1. Vroom V. Work motivation. Jossey / V. Vroom – Bass Inc., 1995. – 350 p.
2. Adams J.S. Inequity in social exchange / J.S. Adams // Adv. Exp. Soc. Psychol. – 1965. – 62. – pp. 335-343
3. Porter Lyman W. Managerial Attitudes and Performance / Lyman W. Porter, Edward E. Lawler – Richard D. Irwin, 1968. – 209 p.
4. Porter Lyman W. Behavior in organizations / Lyman W. Porter, Edward E. Lawler, J. Richard Hackman – McGraw-Hill, 1975. – 561 p.
5. Лаптев В.І. Регулювання діяльності органів управління акціонерного товариства : автореф. дис. ... канд. екон. наук: 08.00.04 / В.І. Лаптев // Харк. нац. екон. ун-т. – Х., 2009. – 20 с.
6. Гавриш К.С. Компетентнісний підхід у визначенні поняття трудового потенціалу / К.С. Гавриш // Вісник Хмельницького університету. Економічні науки. – 2012. – № 6, Т. 1. – С. 58–62.

### References

1. Vroom V. Work motivation. Jossey / V. Vroom – Bass Inc., 1995. – 350 p.
2. Adams J.S. Inequity in social exchange / J.S. Adams // Adv. Exp. Soc. Psychol. – 1965. – 62. – pp. 335-343
3. Porter Lyman W. Managerial Attitudes and Performance / Lyman W. Porter, Edward E. Lawler – Richard D. Irwin, 1968. – 209 p.
4. Porter Lyman W. Behavior in organizations / Lyman W. Porter, Edward E. Lawler, J. Richard Hackman – McGraw-Hill, 1975. – 561 p.
5. Laptev V.I. Reguluvannya diialnosti organiv upravlinnia aktsionernogo tovarystva: avtoref. dis... kand. ekon. nauk: 08.00.04 / V.I. Laptev; Khark. nats. ekon. un-t. — Kh., 2009. — 20 p.
6. Gavrysh K.S. Kompetentnisnyi pidhid u vyznachenni ponyattia trudovogo potentsialu / K.S. Gavrysh // Visnyk Khmelnytskogo universytetu. Ekonomichni nauki. – 2012. – № 6, t. 1. – pp. 58-62.

Надійшла 19.09.2013; рецензент: д. е. н. Афонін А. С.

## СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИЙ РОЗВИТОК В КОМПЛЕКСІ ОЦІНОЧНИХ ЧИННИКІВ ФОРМУВАННЯ ЛЮДСЬКОГО ПОТЕНЦІАЛУ РЕГІОНУ

*Узагальнено систему оціночних характеристик розвитку соціально-економічного середовища, як джерела формування людського потенціалу регіону. Аналіз та оцінку соціально-економічного розвитку запропоновано розглядати на основі показників якості життя населення, економічного розвитку територій, природно-ресурсного та людського потенціалу.*

*Ключові слова: людський потенціал, соціальна політика, соціально-економічний розвиток.*

I. BUZETSKYY

Khmel'nitsky National University

## SOCIO-ECONOMIC DEVELOPMENT IN COMPLEX FORMATION OF HUMAN FACTORS ESTIMATED CAPACITY REGION

*Generalized system performance evaluation of the socio-economic environment as a source of formation of human potential. Analysis and evaluation of socio-economic development proposed to consider based on indicators of quality of life, economic environment, natural resources and human potential.*

*Keywords: human capital, social policy, social and economic development.*

**Постановка проблеми у загальному вигляді та її зв'язок із важливими науковими та практичними завданнями.** Сучасні тенденції дослідження людського потенціалу територій та регіонів характеризуються сукупністю різнопланових чинників, які на переконання переважного числа дослідників визначаються розвитком соціально-економічного середовища. В руслі вказаного підходу слід звернути увагу на актуальність дослідження ключових елементів соціально-економічного середовища, серед яких традиційно виділяють якість життя населення, економічний розвиток територій, природно-ресурсний та людський потенціали та ефективність їх використання.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Соціально-економічні трансформації спровокували комплекс сучасних фундаментальних та прикладних досліджень, серед яких варто виділити результати отримані у роботах С.І. Бандура, Д.П. Богині, О.А. Грішнєвої, В.М. Данюка, А.В. Калини, А.М. Колода, І.Д. Крижка, Н.Д. Лук'яненко, В.М. Нижника, І.Л. Петрової, М.В. Семикіної, О.М. Уманського, в яких обґрунтовано основні положення, принципи та завдання дослідження і регулювання за обраною темою. Водночас слід констатувати, що попри достатню кількість досліджень, сформований понятійно-методологічний та методичний апарат, у визначенні впливу соціально-економічного середовища на формування людського потенціалу залишаються прогалини, що не дають в повній мірі інтерпретувати чинники формування людського потенціалу територій та регіонів.

**Невирішені частини проблеми.** В числі ключових недоліків вироблених положень оцінки соціально-економічного розвитку територій слід виділити нечітке трактування його впливу на формування людського потенціалу територій та регіонів, де головним чином останнє трактується через зниження безробіття, соціально-захист населення, молоді та непрацездатних.

**Постановка завдання.** Узагальнити сучасне бачення проблеми оцінки соціально-економічного розвитку в комплексі чинників формування людського потенціалу регіону.

**Основний матеріал дослідження.** Традиційно соціально-економічний розвиток регіону розглядається як комплексне поняття, яке описує (рис. 1):

- якість життя;
- економічний розвиток території;
- природно-ресурсний потенціал;
- людський потенціал і ефективність його використання.

Застосовувані зазвичай методики оцінюють якість життя населення на основі наступних компонент:

- тривалість життя;
- здоров'я;
- рівень освіти;
- доходи населення;
- бюджетні витрати;
- екологічний стан.

У більш широкому сенсі методика оцінки якості життя населення території включає два підходи, застосування яких в перспективі здатне забезпечити ефективнішу регуляторну політику:

- аналіз якості життя населення території на основі інтегрального показника, а його складових – на основі таксономічного методу;

- групування однорідних територій за рівнем якості життя населення, на основі ітеративного методу кластерного аналізу с-середніх.

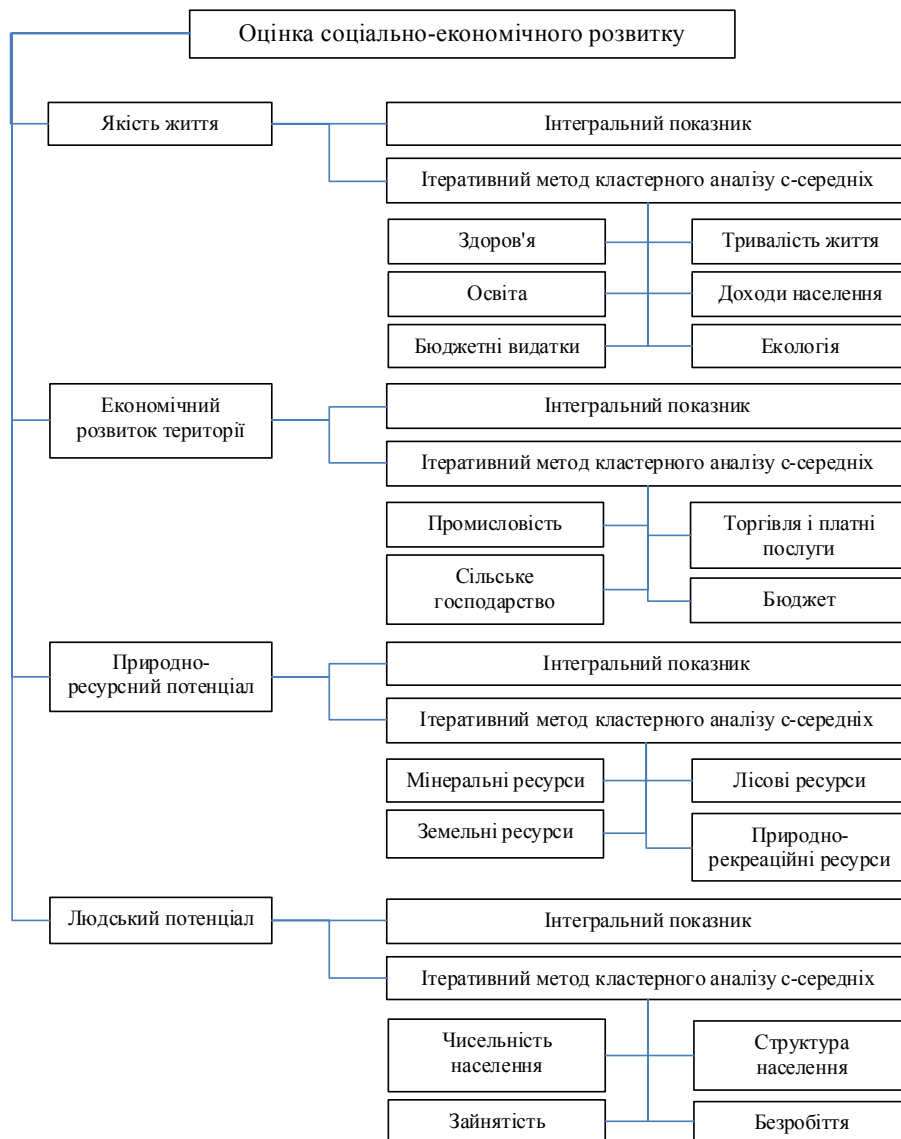


Рис. 1. Методичні підходи до оцінки соціально-економічного розвитку територій в комплексі чинників формування людського потенціалу територій

Економічний розвиток територій, виступає поняттям, що демонструє розвиток основних секторів економіки, результати їх функціонування, з аналізом за наступними складовими:

- промисловість;
- сільське господарство;
- торгівля та платні послуги;
- бюджет.

З об'єктивних причин, як і для попереднього показника оцінку економічного розвитку територій доцільно проводити на основі двох аналогічних підходів: інтегрального показника та групування однорідних територій, з використанням обґрунтованих критеріїв.

Природно-ресурсний потенціал території розглядається з точки зору потенційних можливостей економічного розвитку та придатності підвищити якість життя населення, і виступає чи не головним чинником вибору стратегії соціально-економічного розвитку території та реалізації регуляторної політики. Природно-ресурсний потенціал традиційно оцінюють за наступними складовими [1, с. 126; 2, с. 46; 3, с. 173; 4, с. 106]:

- мінеральні ресурси;
- земельні ресурси;
- лісові ресурси;
- природно-рекреаційні ресурси.

Ефективність використання природно-ресурсного потенціалу розглядається на основі системи інтегральних показників:

- якості життя населення;
- економічного розвитку регіону.

Ефективність використання складових природно-ресурсного потенціалу території аналізується на основі показників:

- мінеральних ресурсів: загальний обсяг випуску промислової продукції на особу за галузями: електроенергетика, паливна, металургійна, хімічна і нафтохімічна, машинобудування і металообробка, промисловість будівельних матеріалів;

- земельних ресурсів: обсяг вирощування продукції сільського господарства на 1 га сільськогосподарських земель;

- лісових ресурсів: обсяг виготовлення товарів деревообробної і целюлозно-паперової промисловості;

- природно-рекреаційні ресурси: кількість санаторіїв і пансіонатів з лікуванням та їх місткість.

Слід пам'ятати, що оцінка ефективності використання природно-ресурсного потенціалу території загалом і за окремими складовими здійснюється із застосуванням ітеративного методу кластерного аналізу середніх.

Окремим етапом вироблення оціночних суджень виступає, діагностика чинників якості життя населення території, яка ґрунтується на визначенні та ранжуванні проблем забезпечення якості життя, і на безпосередній діагностиці чинників, що її визначають [5, с. 109].

На основі отриманих результатів розробляється комплекс рекомендацій та стратегія соціально-економічного розвитку, що передбачає реалізацію заходів за напрямками та складовими соціально-економічного розвитку в системі чинників формування людського потенціалу регіону. Традиційно на регіональному рівні та для окремих територій рекомендовано застосовувати наступні заходи [6, с. 162; 7, с. 679]:

- сприяти збільшенню розміру доходної частини шляхом створення сприятливих умов ведення бізнесу, кращих умов порівняно з іншими регіонами та територіями, кінцевим результатом чого має стати зростання кількості вакантних місць на регіональному ринку праці, числа бізнес структур, з подальшим нарощенням податкових відрахувань до місцевих бюджетів;

- спрощення дозвільних процедур на започаткування та закриття бізнесу, за рахунок чого зростає кількість суб'єктів господарювання, які виступають платниками податків до регіональних бюджетів та пропозиції нових робочих місць;

- розробити стратегії розвитку пріоритетних секторів регіональної економіки, забезпечити спеціалізацію регіону з одночасною диверсифікацією галузевої структури, що на основі пріоритету високого мультиплікативного відтворення забезпечить формування ланцюга інтегрованих виробництв, на вершині якого знаходяться виробники кінцевого продукту, з найвищою з можливих доданою вартістю, що з однієї сторони, забезпечує високу зайнятість на регіональному ринку праці, а з іншої виступає чинником залучення суміжних виробництв, що випускають запчастини та напівфабрикати, а в основі – підприємства орієнтовані на видобування поширених в регіоні мінеральних ресурсів та вирощування сільськогосподарської сировини;

- розробити стратегію розвитку середнього та малого бізнесу, як збалансованого споживача трудових ресурсів, формування самозайнятості, за рахунок чого забезпечити скорочення безробіття, зниження видатків місцевого бюджету на соціальних захист населення та ризиків колапсу соціальної сфери регіону від ліквідації великих промислових підприємств;

- розробити заходи з презентації інвестиційної привабливості регіону з метою залучення інвесторів у реальну економіку, що забезпечили б диверсифікацію секторів регіональної економіки, і сприяли б загальному економічному зростанню, нарощенням доходів населення, стійкості регіональної соціально-економічної системи до структурної та фінансових криз, розвитку та впровадженню інновацій, високопродуктивної праці тощо.

**Висновки і перспективи подальшого дослідження.** Соціально-економічний розвиток, як середовище і джерело формування людського потенціалу регіону на сучасному етапі вимагає дослідження на предмет якісних характеристик, кількісних змін та причинно-наслідкових залежностей між людським потенціалом регіону і територій, і чинників, що його визначають. Традиційно середовище та джерело формування людського потенціалу оцінюється як комплексне поняття, яке характеризується якістю життя населення, економічним розвитком територій, природно-ресурсним потенціалом, людським потенціалом та ефективністю їх використання.

Перспективи подальших досліджень слід намітити у напрямку інтегрального аналізу наслідків соціально-економічного розвитку для людського потенціалу конкретного регіону.

## Література

1. Голиков А.П. Размещение производительных сил и регионалистика / А.П. Голиков, А.Г. Дейнека, Н.А. Казаков. – Х. : ООО "Олант", 2002. – 320 с.

2. Марсіковський Є.А. Екологічний атлас Харківської області / Є.А. Марсіковський, О.В. Соловійов, О.В. Клімов. – Х. : ТОВ "Майдан", 2001. – 80 с.
3. Розміщення продуктивних сил України / За ред. Є.П. Качана. – К. : Вища школа, 1997. – 375 с.
4. Руденко В.П. Географія природно-ресурсного потенціалу України. – К. : М. Академія, 1999. – 568 с.
5. Стратегія соціально-економічного розвитку Харківської області на період до 2011 року / Частина I: Оцінка рівня і діагностика проблем соціально-економічного розвитку області. – Х. : 2002. – 304 с.
6. Стратегія соціально-економічного розвитку Харківської області на період до 2011 року / Частина II: Вибір і обґрунтування розвитку області. – Х. : 2002. – 284 с.
7. Айвазян С.А. Прикладная статистика и основы эконометрики / С.А. Айвазян, В.С. Мхитарян. – М. : ЮНИТИ, 1998. – 1022 с.

#### References

1. Holykov A.P. Razmeshchenye proyzvodytelnykh syl y rehyonalystyka / A.P. Holykov, A.H. Deineka, N.A. Kazakov. – Kh. : ООО "Olan", 2002. – 320 s.
2. Marsikovskiy Ye.A. Ekolohichniy atlas Kharkivskoi oblasti / Ye.A. Marsikovskiy, O.V. Soloviov, O.V. Klimov. – Kh. : TOV "Maidan", 2001. – 80 s.
3. Rozmishchennia produktyvnykh syl Ukrainy / Za red. Ye.P. Kachana. – K. : Vyshcha shkola, 1997. – 375 s.
4. Rudenko V.P. Neohrafiia pryrodno-resursnoho potentsialu Ukrainy. – K. : M. Akademiia, 1999. – 568 s.
5. Stratehiia sotsialno-ekonomichnoho rozvytku Kharkivskoi oblasti na period do 2011 roku / Chastyna I: Otsinka rivnia i diahnostryka problem sotsialno-ekonomichnoho rozvytku oblasti. – Kh. : 2002. – 304 s.
6. Stratehiia sotsialno-ekonomichnoho rozvytku Kharkivskoi oblasti na period do 2011 roku / Chastyna II: Vybir i obgruntuvannia rozvytku oblasti. – Kh. : 2002. – 284 s.
7. Aivazian S.A. Prykladnaia statystyka y osnovy ekonometryky / S.A. Aivazian, V.S. Mkhytarian. – M. : YuNYTY, 1998. – 1022 s.

Надійшла 19.09.2013; рецензент: д. е. н. Нижник В. М.



## ОБЛІК ТА АУДИТ

УДК 336.5.02

О. І. ПРОДІУС

Одеський національний політехнічний університет

### КОНЦЕПТУАЛЬНІ ОСНОВИ ПІДВИЩЕННЯ ЯКОСТІ АУДИТОРСЬКИХ ПОСЛУГ

*В статті досліджено сучасний стан та перспективи розвитку професійних аудиторських послуг в Україні. Визначено критерії якості аудиторських послуг. Проаналізовано головні проблеми, що негативно впливають на якість аудиторських послуг та потребують негайного вирішення. Розроблено рекомендації щодо підвищення якості надання аудиторських послуг.*

*Ключові слова: аудит, аудиторські послуги, якість аудиторських послуг, зовнішній контроль, міжнародні стандарти аудиту.*

O. I. PRODIUS

Odessa national polytechnic university

### CONCEPTUAL BASIS OF THE IMPROVEMENT OF QUALITY AUDIT SERVICES

*The article explores the modern condition and prospects of development of professional audit services in Ukraine. Define the criteria of quality of audit services. Analyzed the main problems that adversely affects the quality of audit services and require immediate action. Developed recommendations on the improvement of the quality of audit services.*

*Keywords: audit, audit services, quality of audit services, external audit, international standards of audit*

#### Вступ

Аудиторська діяльність в Україні є достатньо молодим суспільним інститутом. Вважається, що аудит як професія відбувся в Україні з моменту його юридичного визнання з прийняттям 22 квітня 1993 р. Закону України “Про аудиторську діяльність”. Законом встановлено, що основні повноваження з регулювання в сфері аудиторської діяльності здійснюються Аудиторською палатою України. Але певні функції з регулювання окремих питань, пов’язаних зі здійсненням аудиторської діяльності та проведенням аудиту окремих економічних суб’єктів, законодавством делеговані різним органам державної влади України, а саме: Міністерству фінансів, Міністерству юстиції, Міністерству економічного розвитку і торгівлі, Державній податковій службі, Національному банку, Державній службі статистики, Національній комісії з цінних паперів та фондового ринку, Національній комісії, що здійснює державне регулювання у сфері ринків фінансових послуг, Рахунковій палаті, Державній фінансовій інспекції та Фонду державного майна. Така різноманітність регуляторів з боку держави підкреслює велику важливість для економіки України аудиту як форми незалежного фінансового контролю [1, 2].

Виникнення, становлення і подальший розвиток аудиторської діяльності в Україні обумовлені суттєвими змінами в економіці держави, її ринковим спрямуванням і необхідністю незалежного об’єктивного контролю господарської діяльності підприємств недержавних форм власності та професійного підтвердження достовірності звітності, яка надається користувачам та зацікавленим сторонам.

Про визнання українського аудиту на високому міжнародному рівні може свідчити прийняття до членів Міжнародної федерації бухгалтерів двох найбільших всеукраїнських громадських організацій бухгалтерів і аудиторів – Федерації професійних бухгалтерів і аудиторів України та Української асоціації сертифікованих бухгалтерів і аудиторів. Поява в Україні сильних громадських організацій, у тому числі визнаних на міжнародному рівні, є передумовою побудови громадянського суспільства та сильної правової держави [2, 3].

Незважаючи на те, що для розвитку аудиту в Україні вже зроблено дуже багато, ще залишаються питання, від успішного вирішення яких залежить перспективи його подальшого розвитку.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Питаннями контролю якості аудиторських послуг займалися вчені та практикуючі аудитори, такі як Білуха М. Т., Бутинець Ф. Ф., Бичкова С. М., Голосов О. В., Данилевський Ю. О., Кир’янова З. В., Подольський В. І., Редько О. Ю., Соколов Я. В., Скобарой В. В., Шеремет А. Д. [1, 3, 4, 6, 7]. Проблема організації та функціонування системи контролю якості аудиторських послуг присвячені дослідження Н.М. Проскуріна та В.П. Коваленко, які визначають проблеми та шляхи розвитку якості аудиторських послуг в Україні [5, с. 53–57]. С.М. Гончарук, А.П. Шот розкривають проблеми нормативного регулювання та особливості організації зовнішніх перевірок якості аудиторських послуг [10, с. 156–160]. Сахно Л.А. розкриває зарубіжний досвід організації системи нагляду за аудиторською діяльністю з урахуванням процедур контролю якості [2, с. 182–186]. В.М. Чубай, Н.І. Комарницька аналізують вітчизняний та зарубіжний досвід контролю якості аудиторських послуг [9, с. 203–208]. Разом з цим залишається цілий ряд проблемних питань, пов’язаних з функціонуванням системи якості і неефективним здійсненням контролю з боку вищих органів на вітчизняному аудиторському ринку.

**Постановка завдання.** Метою статті є аналіз та визначення концептуальних основ підвищення якості аудиторських послуг.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** Концентрація світового капіталу, а також безперервний процес злиття у сфері аудиторських послуг (Price Waterhouse Coopers, Ernst&Young, KPMG, Deloitte Touche Tohmatsu international), здійснюваний з метою забезпечення можливості надання ширшого їх спектру, чинять значний вплив на уніфікацію стандартів аудиту, а також методик його проведення. Саме цей процес веде до єдності стратегії, методології аудиту, а також вироблення єдиних критеріїв якості [3, 4].

В Україні існує два види контролю якості аудиторських послуг: внутрішній і зовнішній. Зовнішній контроль здійснюють відповідні органи через проведення перевірок аудиторських фірм. Виконавцями зовнішнього контролю якості аудиторських послуг можуть бути: Аудиторська палата України, Спілка аудиторів України та залучені до перевірки аудиторські фірми, які не повинні бути зацікавлені у результатах контролю якості роботи аудиторської фірми, котра буде перевірятись нею, і представники інших громадських організацій, які здійснюють незалежний громадський нагляд [5].

Внутрішній контроль здійснюється безпосередньо на фірмі і організовується самим керівництвом. Для підтримання такого контролю на належному рівні слід дотримуватися таких стандартів: міжнародний стандарт аудиту 220 "Контроль якості аудиторської діяльності", міжнародний стандарт контролю якості №1 "Контроль якості для фірм, що виконують аудит та огляд історичної фінансової інформації, а також інші завдання з надання впевненості, та надають супутні послуги".

Слід зазначити, що проведення зовнішнього контролю в нашій країні більш зосереджене на документальному оформленні, а не на якості наданих послуг. Натомість в іноземних країнах саме зовнішній контроль за якістю робіт підвищує дисципліну працівників фірм. Ефективним є також врахування думки клієнтів, які можуть сформулювати певні відгуки про надані аудиторськими фірмами послуги.

В країнах Європи прийнято дві різні методології забезпечення якості аудиту: моніторинг та перевірка «пієр». Коли професійний або контролюючий орган з постійним персоналом співробітників керує системою забезпечення якості надання аудиторських послуг і здійснює відповідні перевірки, то в цих випадках йдеться про моніторинг. Перевірка «пієр» – це діяльність практикуючих аудиторів-«пієрів», залучених до виконання перевірки на місцях. Існує навіть практика, коли до перевірок аудиторських фірм залучають на платній основі «волонтерів», якими є досвідчені фахівці з аудиту, які здійснюють перевірки [8–10].

Обраний Україною шлях інтеграції у європейську спільноту виявив проблему відповідного реформування професійного незалежного аудиту. Забезпечення достовірності публічної фінансової звітності, захист інтересів широкого кола власників та інтересів суспільства в цілому – головна місія аудиту у відкритому та демократичному суспільстві з ринковою економікою. Потреба в Міжнародних стандартах аудиту зростає, оскільки у світі існує тенденція інтеграції у світову економіку країн зі своїми системами бухгалтерського обліку і фінансовою звітністю.

Так, Міністерство фінансів України 26 липня 2013 року оприлюднило для громадського обговорення проект закону «Про внесення змін до деяких законодавчих актів України щодо провадження аудиторської діяльності». Документом передбачено оновлення норм Господарського кодексу, чинного Закону «Про аудиторську діяльність», законів «Про державне регулювання ринку цінних паперів в Україні», «Про фінансові послуги та державне регулювання ринку фінансових послуг», «Про банки і банківську діяльність», які стосуються питань, пов'язаних з аудиторською діяльністю. Даний проект закону спрямований на підвищення якості аудиторських послуг шляхом реформування системи аудиту на засадах Директиви Європейського парламенту та Ради 2006/43/ЄС від 17.05.2006 «Про обов'язковий аудит річної звітності та консолідованої звітності» [11, 12].

Оприлюднений проект викликав дискусію серед аудиторів-практиків, представників професійних громадських об'єднань, науковців. Проектом не передбачався розподіл функцій з сертифікації та підвищення кваліфікації аудиторів, контролю якості аудиторських послуг, ведення державного реєстру суб'єктів аудиторської діяльності, а також суспільного нагляду за аудиторською діяльністю. Натомість такий розподіл відповідає нормативно-правовим актам Європейського Співтовариства та сучасним тенденціям розвитку аудиту у світі. В проекті запропоновано змінити порядок формування Аудиторської палати України, але зазначені зміни, так само, як і передбачений діючою редакцією Закону порядок, не дають аудиторам реальної можливості впливати на регулювання та розвиток професії.

Таким чином, на сучасному етапі розвитку аудиту в Україні постало багато проблем, що негативно впливають на якість аудиторських послуг, а саме:

- брак методичних розробок стосовно контролю якості аудиторських послуг;
- жорстке обмеження доступу аудиторів до послуг з обов'язкового аудиту;
- відсутність методичних розробок до Міжнародних стандартів аудиту;
- непрозора система підготовки до сертифікації майбутніх аудиторів та щорічного обов'язкового підвищення кваліфікації;
- відсутність розширеного засідання Аудиторської палати України із залученням представників в регіонах та активу професійних громадських організацій при розгляді важливих питань розвитку аудиту;

- неврахування членами Аудиторської палати України у своїх рішеннях думки професійної спільноти;
- відсутність можливості дострокового припинення повноважень членів Аудиторської палати України;
- збільшення у два рази (з 3000 до 6000 грн) плати за внесення змін до Реєстру палати та зростання з 1500 до 3000 грн ціни за продовження чинності сертифіката аудитора;
- залежність від тиску державних регуляторних органів;
- невідповідність затвердженим нормам кількість делегатів від однієї фірми на з'їзді аудиторів України.

Таким чином, визначення головних проблем, що негативно впливають на підвищення якості аудиторських послуг, дають підставу визначити першочергові заходи по усуненню цих недоліків. Серед основних напрямів підвищення якості надання аудиторських послуг, слід відмітити такі дії:

- забезпечити позитивне представлення інтересів професії аудитора перед громадськістю;
- розробити методичні рекомендації до Міжнародних стандартів аудиту, кодексу етики, а також стосовно контролю якості аудиторських послуг;
- привести нормативні активи Аудиторської палати України до вимог директив ЄС;
- створити чіткі нормативні вимоги до проведення перевірок із контролю якості аудиторських послуг;
- зменшити плату за внесення змін до Реєстру (не більше однієї мінімальної зарплати);
- впровадити методичні рекомендації, практичні коментарі до Міжнародних стандартів аудиту, контролю якості аудиторських послуг;
- внести зміни до Закону України «Про аудиторську діяльність», які здатні захистити інтереси всіх аудиторів;
- впровадити програми навчання та удосконалення професійних знань аудиторів;
- забезпечити відповідність директивам ЄС нормативних актів, прийнятих Аудиторською палатою України.

Отже, для підвищення якості аудиторських послуг негайного вирішення на макрорівні потребує низка проблем, яка стримує їх ефективний розвиток.

Слід відзначити, що на мікрорівні теж необхідно працювати над підвищенням якості виконання аудиторських послуг. До таких заходів можна віднести: превалювання якості послуг над комерційними міркуваннями; суворе дотримання принципів незалежності, чесності, об'єктивності, конфіденційності, норм професійної поведінки; підвищення кваліфікації співробітників; постійна робота з розробки та вдосконалення внутрішніх стандартів, що представляють собою базу знань, в якій відображено багаторічний досвід аудиторів, бухгалтерів і консультантів аудиторської фірми. Керівництво має здійснювати постійний контроль за тим, щоб персонал суворо дотримувався в своїй роботі політики компанії та принципів якості аудиторських та бухгалтерських послуг. Метою внутрішніх стандартів фірми, прийнятих у вигляді керівництва по кожному виду послуг, має стати уніфікація підходу до надання аудиторських, бухгалтерських і консультаційних послуг шляхом використання передових досягнень, технологій і накопиченого передового досвіду для забезпечення високої якості надання аудиторських послуг.

**Висновки.** Таким чином, аудиторські фірми мають прагнути до довгострокової співпраці з клієнтами і саме тому постійно вдосконалювати внутрішню систему контролю якості професійних аудиторських та бухгалтерських послуг, яка дає впевненість, що послуги для клієнтів надаються належним чином відповідно до Міжнародних стандартів аудиту, надання впевненості та етики. Зразком повинні стати міжнародні сертифікаційні програми, де процеси викладання, розробки тестових завдань та їх перевірка розділені між окремими, не пов'язаними між собою особами. Зміни у процесі сертифікації дозволять прийти в професію дійсно талановитим, розумним фахівцям. Всім аудиторам необхідно надати право вибору навчання в тому центрі, який вони вважають більш корисним для себе.

Створення єдиної світової системи для користувачів фінансової звітності підприємств вимагає від вітчизняних аудиторських фірм нових шляхів удосконалення якості надання аудиторських послуг. Пошук нових шляхів для підвищення якості надання аудиторських послуг є пріоритетним завданням на даному етапі розвитку аудиту в Україні. Для подальшого розвитку аудиту в Україні потрібно підвищувати якість, а також контроль за наданням аудиторських послуг, що дозволить збільшити довіру користувачів до наданої інформації і призведе до підвищення необхідності аудиту у суспільстві загалом.

## Література

1. Редько О. Ю. Аудит. (Основи державного, незалежного професійного та внутрішнього аудиту) : підручник / За ред. В. В. Немченко, О. Ю. Редько – К. : Центр учбової літератури, 2012. – 540 с.
2. Сахно Л.А. Проблеми якості аудиторських послуг в Україні / Л.А. Сахно // Наукові праці Південного філіалу Національного університету біоресурсів і природокористування України “Кримський агротехнологічний університет”: Економічні науки”. – 2012. – Вип. 141. – С. 182–186.

3. Шевчук В.О. Перспективи розвитку національного аудиту в Україні / В.О. Шевчук // Вісник Східноукраїнського державного Університету ім. В. Даля. – Луганськ. – 2008. – № 10. – С. 190–195.
4. Кудирко О.М. Внутрішній аудит в Україні: сутність, проблеми розвитку та шляхи їх усунення / О.М. Кудирко // Вісник Хмельницького національного університету. – 2011. – № 5. – С.186–189.
5. Проскуріна Н. М. Якість аудиторських послуг в Україні: реалії та перспективи / Н. М. Проскуріна, В. П. Коваленко // Економічний часопис ХХІ. – 2010. – № 9–10. – С. 53–57.
6. Шигун М.М. Система контролю якості аудиторської фірми: вимоги міжнародних стандартів / М.М. Шигун // Вісник ЖДТУ. – 2012. – № 3 (61). – С. 194–197.
7. Марчук О. Аудиторську діяльність до стандартів ЄС / О. Марчук // Незалежний аудитор. – 2012. – № 4. – С. 16–23.
8. Ніконова О. Міжнародні стандарти INTOSAI: основні положення, аудиторські підходи, термінологія / О. Ніконова // Бухгалтерський облік і аудит. – 2011. – № 2. – С. 29–35.
9. Чубай В.М. Контроль якості аудиторських послуг: вітчизняний та зарубіжний досвід / В.М Чубай, Н.І. Комарницька // Науковий вісник НЛТУ України. Збірник науково-технічних праць. Національний лісотехнічний університет України. – 2011. – Вип. 21.15. – С. 203–208.
10. Гончарук С.М. Контроль якості аудиторських послуг / С.М. Гончарук, А.П. Шот // Науковий вісник НЛТУ України. Збірник науково-технічних праць. Національний лісотехнічний університет України. – 2011. – Вип. 21.9. – С. 156–160.
11. Самчинська Я.Б. Інформаційне нормативне забезпечення супутніх аудиторських послуг з виконання погоджених процедур / Я.Б. Самчинська // Вісник Хмельницького національного університету. – 2012. – № 2. – С. 96–99.
12. Про внесення змін до деяких законодавчих актів України щодо провадження аудиторської діяльності : Україна. Закони. Повідомлення про оприлюднення проекту Закону України. – Міністерство фінансів України.

#### References

1. Redko O. Yu. Audyty. (Osnovy derzhavnoho, nezaleznoho profesijnoho ta vnutrishnoho audytu): pidruchnyk / Za red. prof. V. V. Nemchenko, O. Yu. Red'ko – K. : Tsentri uchbovoyi literatury, 2012. – 540 p.
2. Sakhno L.A. Problemy yakosti audytor's'kykh posluh v Ukraini, Naukovi pratsi Pivdennoho filialu Natsional'noho universytetu bioresursiv i pryrodokorystuvannya Ukrainy "Kryms'kyu ahrotekhnolohichnyy universytet", Ekonomichni nauky", 2012, No 141, pp. 182-186.
3. Shevchuk V.O. Perspektyvy rozvytku natsional'noho audytu v Ukraini, Visnyk Skhidnoukrayins'koho derzhavnoho Universytetu im. V.Dalya, Luhans'k. 2008, No 10, pp.190-195.
4. Kudirko O.M. Vnutrishniy audyt v Ukraini: sutnist', problemy rozvytku ta shlyakhy yikh usunennya, Visnyk Khmelnytskoho natsionalnoho universytetu. Economical science. Khmelnytsky. 2011. Issue 5. pp. 186-189.
5. Proskurina N. M. Yakist' audytor's'kykh posluh v Ukraini: realiyi ta perspektyvy, Ekonomichnyy chasopys KhKhI, 2010, No 9–10, pp. 53–57.
6. Shyhun M.M. Systema kontrolyu yakosti audytor's'koyi firmy: vymohy mizhnarodnykh standartiv, Visnyk ZhDTU, 2012, No 3 (61), pp. 194-197.
7. Marchuk O. Audytor's'ku diyal'nist' - do standartiv YeS, Nezalezhnyy audytor, 2012, No 4, pp.16 - 23.
8. Nikonova O. Mizhnarodni standarty INTOSAI: osnovni polozhennya, audytor's'ki pidkhody, terminolohiya , Bukhgalters'kyy oblik i audyt, 2011, No 2, pp.29 - 35.
9. Chubay V.M. Kontrol' yakosti audytor's'kykh posluh: vitchyznyanyy ta zarubizhnyy dosvid, Naukovyy visnyk NLTU Ukrainy. Zbirnyk nauково-tekhnichnykh prats'. Natsional'nyy lisotekhnichnyy universytet Ukrainy, 2011, No 21.15, pp.203-208.
10. Honcharuk S.M. Kontrol' yakosti audytor's'kykh posluh, Naukovyy visnyk NLTU Ukrainy. Zbirnyk nauково-tekhnichnykh prats'. Natsional'nyy lisotekhnichnyy universytet Ukrainy, 2011, No 21.9, pp. 156-160.
11. Samchyn's'ka Ya.B. Informatsiyne normatyvne zabezpechennya suputnykh audytor's'kykh posluh z vykonannya pohodzhennykh protsedur, Visnyk Khmelnytskoho natsionalnoho universytetu. Economical science. Khmelnytsky. 2012. Issue 2, pp. 96-99.
12. Ukrainy. Zakony. Povidomlennya pro oprylyudnennya projektu Zakonu Ukrainy "Pro vnesennya zmin do deyakykh zakonodavchykh aktiv Ukrainy shchodo provadzhennya audytor's'koyi diyal'nosti". - Ministerstvo finansiv Ukrainy. - www.minfin.gov.ua

Надійшла 19.09.2013; рецензент: д. е. н. Забарна Е. М.

## УДОСКОНАЛЕННЯ ОРГАНІЗАЦІЇ БУХГАЛТЕРСЬКОГО ОБЛІКУ ЗАЛУЧЕНОГО КАПІТАЛУ ТА ЦІЛЬОВОГО ФІНАНСУВАННЯ НА БАЗІ СУЧАСНИХ КОМП'ЮТЕРНИХ ТЕХНОЛОГІЙ

*У статті представлено аналіз проблеми вдосконалення організації бухгалтерського обліку залученого капіталу та цільового фінансування на базі сучасних комп'ютерних технологій. Сформульовано висновок, що для покращення якості інформації, яка надається внутрішнім та зовнішнім користувачам, подальшого удосконалення потребує методологія та організація бухгалтерського обліку і фінансової звітності залученого капіталу.*

*Ключові слова: бухгалтерський облік, цільове фінансування, комп'ютерні технології.*

S. SEIKO  
PE "Seiko"

## IMPROVEMENT OF ACCOUNTING OF INVOLVED CAPITAL AND TARGETED FUNDING BASED ON MODERN COMPUTER TECHNOLOGY

*The aim of the article is to analyze the problem of improving the accounting of involved capital and targeted funding based on modern computer technology. Improving accounting of borrowed resources requires expansion of the legal framework in the sphere of regulation of financial activity that creates economic and legal framework to attract new types of enterprise financing. In particular, it concerns the issue of debt securities and financial services. Solving of the problem of recognition and measurement of liabilities will allow us to simulate future financial condition of an enterprise, reduce the negative impact of a variety of financial risks on its development. The number of misunderstandings and difficulties both in the accounting of involved capital, and in the calculation of the corresponding ratios appear due to the imperfection of tax laws and the existence of drawbacks in regulations which govern accounting in Ukraine. Therefore, to improve the quality of information provided to internal and external users, the methodology and organizing of accounting and financial reporting of involved capital require further improvement.*

*Keywords: accounting, targeted funding, computer technology.*

**Постановка проблеми дослідження.** Ринкові умови спонукають до вирішення низки проблем, які безпосередньо впливають на ефективність процесу господарювання на підприємстві. Здійснення ефективної діяльності підприємств, забезпечення їхнього стійкого економічного зростання можливе лише завдяки розширенню джерел фінансування. Джерелами фінансування є капітал підприємства, який формується з власних і залучених джерел.

Трансформаційні процеси, пов'язані з переходом до ринкових умов господарювання у вітчизняній економіці передусім позначились на механізмі формування власних і залучених фінансових ресурсів для забезпечення функціонування суб'єктів господарювання. Ринкові відносини зумовили пошук нових механізмів фінансового забезпечення діяльності підприємств, оптимізації структури джерел фінансування та повноцінного використання можливостей залучення капіталу. Відсутність ресурсів, необхідних для покриття таких потреб, недостатня їх кількість або неможливість їхньої своєчасної мобілізації перешкоджає нормальному перебігові виробничого процесу і може звести нанівець ефективність діяльності. Уникнути проблем, зумовлених браком власного капіталу, можна шляхом залучення додаткових коштів.

Без залучення капіталу практично неможливо на конкурентоспроможному рівні досягти стійкого фінансового стану та позитивних фінансових результатів. Проте підприємство повинно розпоряджатися залученими коштами так, щоб у майбутньому не тільки забезпечити зворотність і збереження грошей, а й одержати додатковий прибуток і забезпечити ліквідність активів у цілому.

**Аналіз останніх досліджень з проблеми дослідження.** Значний внесок в удосконалення обліку та аудиту залученого капіталу та цільового фінансування зробили вчені І.О. Бланк, М.Т. Білуха, О.Д. Василик, О.М. Загородна, В.М. Івахненко, К.В. Ізмайлова, М.Я. Коробов, Л.А. Лахтіонова, Л.О. Лігоненко, А.А. Мазаракі, В.О. Мец, Є.В. Мних, В.М. Опарін, П.Я. Попович, В.В. Сопко, С.І. Шкарабан та ін. Серед зарубіжних авторів дослідженням цих проблем займалися М.І. Баканов, І.Т. Балабанов, Ю.Ф. Бріггем, О.П. Зуділін, В.В. Ковальов, М.Н. Крейніна, Г.В. Савицька, Я.В. Соколов, А.Д. Шеремет та ін.

Незважаючи на значний науковий внесок науковців у цій сфері, питання організації та методики обліку й аудиту залученого капіталу та цільового фінансування підприємств є найбільш дискусійним, потребує подальших досліджень, започаткування пошуку нових підходів і напрямів та вдосконалення наявних, особливо з урахуванням специфіки їхньої діяльності.

Метою статті є аналіз проблеми вдосконалення організації бухгалтерського обліку залученого капіталу та цільового фінансування на базі сучасних комп'ютерних технологій.

**Виклад основного матеріалу.** Процес удосконалення методології та організації бухгалтерського обліку залученого капіталу та цільового фінансування можна пов'язувати з питанням гармонізації

бухгалтерського обліку та запровадженням в обліковий процес підприємств сучасних комп'ютерних технологій.

В Україні процес гармонізації та стандартизації бухгалтерського обліку спрямований на забезпечення потреб користувачів достовірною інформацією, що дозволяє розширити можливості для інвестування в економіку. Перехід України до американо-британської системи обліку позначився й на побудові його концептуальної моделі. Проте діючі на сьогодні в Україні національні положення (стандарти) бухгалтерського обліку не є достатньо відпрацьованими та містять ряд невизначеностей, що є результатом адаптування у новій моделі набутого досвіду.

Оскільки прикладом системності та логічності структури, узгодженості всіх важливих елементів між собою, послідовності облікового циклу є бухгалтерський облік у США, логічно скористатися досвідом країни, що є лідером у розробці принципів та стандартів обліку не тільки для своєї країни, але й для країн всього світу.

Перше питання, яке може виникнути перед підприємством – це виокремлення позикових і власних ресурсів із пасиву балансу. Якщо стосовно власного капіталу нормативне регулювання в обліку дає таку можливість, то визначення величини та структури позикового капіталу потребує додаткових досліджень.

Так, зокрема, в балансах фірм американо-британської системи виділяють розділ, що носить назву «зобов'язання перед акціонерами (власниками)», або «капітал акціонерів (власників)», що цілком відображає джерело походження власного капіталу підприємства з урахуванням права власності підприємства на нього. Тому доцільно виокремити капітал, утворений в результаті внесків власників підприємства, в розділі під назвою «Капітал учасників (власників)» [1].

Крім того, в складі першого розділу пасиву балансу серед джерел утворення власного капіталу підприємства національним П(С)БО 2 «Баланс» [2] виділено такі статті: нерозподілений прибуток (непокритий збиток); резервний капітал; інший додатковий капітал; вилучений капітал. Так як джерело походження даних видів капіталу є внутрішнім, доцільно об'єднати їх у розділі під спільною назвою «Внутрішні джерела формування капіталу».

Існуюча структура капіталу відображає юридичний підхід до визначення джерел формування капіталу підприємства. Однак вона не відображає економічну суть руху капіталу на підприємстві та відносини, що виникають між підприємством та вкладниками капіталу.

Дослідників балансу насамперед цікавить ліквідність підприємства та ступінь забезпечення зобов'язань підприємства перед кредиторами, оскільки це значною мірою впливає на ступінь ризику інвестування капіталу в дане підприємство (п. 4 П(С)БО 1 «Загальні вимоги до фінансової звітності» [3]). Тому логічним було б перегрупування статей балансу за порядком спадання негайності погашення, що призведе до покращення його структури та підвищення аналітичності балансу. Іншими аргументами на користь перегрупування балансу є, по-перше, існуючий порядок задоволення вимог кредиторів, що свідчить про пріоритетність інтересів кредиторів відповідно до Закону України «Про відновлення платоспроможності боржника або визнання його банкрутом» від 14.05.1992 № 2343-ХП [4], а, по-друге, визначений положеннями (стандартами) бухгалтерського обліку порядок розрахунку розміру власного капіталу. Власним капіталом підприємства визнається та його частина, що залишається в активах підприємства після виконання ним зобов'язань з приводу використання залученого капіталу [1].

Значний вплив на стан бухгалтерського обліку залученого капіталу та цільового фінансування мала фінансова криза, яка охопила соціально-економічну систему країни. Кризи гострих неплатежів і низької ліквідності вітчизняних підприємств вимагають перегляду та удосконалення сучасної теорії і практики позикових відносин. Бухгалтерський облік як основний з компонентів інформаційної бази управління підприємством заслуговує першочергової уваги.

Національні стандарти обліку навіть сутність позикового капіталу характеризують опосередковано. Так, згідно з П(С)БО 4 «Звіт про рух грошових коштів»: «фінансова діяльність – це діяльність, яка призводить до змін розміру і складу власного та позикового капіталу підприємства». Крім того, зазначається, що «рух грошових коштів у результаті фінансової діяльності визначається на основі змін у статтях балансу за розділом «Власний капітал» та статтях, пов'язаних з фінансовою діяльністю, у розділах балансу: «Забезпечення наступних витрат і платежів», «Довгострокові зобов'язання» і «Поточні зобов'язання» [5]. Таким чином окреслено межі позикових ресурсів у загальній класифікації зобов'язань.

Крім того, структуру зобов'язань підприємства доповнює П(С)БО 13 «Фінансові інструменти», в якому передбачено відображення у балансі за справедливою вартістю фінансових зобов'язань, призначених не для продажу, і фінансових зобов'язань за похідними фінансовими інструментами [6]. Варто відмітити, що фінансові інструменти формують важливу частину позикових ресурсів, у свою чергу, звужуючи інформаційну базу для оцінювання та управління позиковими ресурсами.

До складу довгострокових зобов'язань відносять і відстрочені податкові активи, які потребують особливої уваги, оскільки вони формуються через існування постійних або тимчасових різниць між даними податкового та фінансового обліку. Вони збільшують суму коштів підприємства на певний період, однак при цьому не є запозиченнями, оскільки мають іншу економічну природу. Включення їх до складу позикових ресурсів неправомірне [7, с. 223–224].

Варто зазначити, що у вітчизняній нормативній базі мають місце певні прогалини, щодо відображення середньострокових кредитів. Така ситуація пояснюється тим, що банківське регулювання виділяє окремим видом кредити, термін погашення яких становить від 1 до 3 років, а Національні стандарти бухгалтерського обліку відповідної класифікації не підтримують.

Доречно звернути увагу і на суперечності у визначеннях Національних стандартів бухгалтерського обліку, щодо оцінки непередбачених зобов'язань. Так у П(С)БО 11 зазначено, що сума непередбачених зобов'язань визначається за обліковою оцінкою ресурсів, необхідних для погашення на певну звітну дату. Проте, керуючись цим документом, суму непередбаченого зобов'язання достовірно визначити не можна. Подібна ситуація простежується й щодо визначення оцінки забезпечень, що має суттєвий вплив на фінансові результати діяльності підприємства, оскільки суми створених забезпечень визнаються витратами звітного періоду [7, с. 224].

На сучасному етапі важливого значення набуває автоматизація обліку. Адже найбільш трудомісткою стадією облікового процесу є збір інформації для відображення здійснюваних господарських операцій в первинних документах. І саме з допомогою використання сучасних технічних засобів та програмних продуктів можливо досягнути скорочення витрат часу та праці на збір та реєстрацію інформації в умовах автоматизованої бухгалтерії.

На сьогоднішній день перспективним напрямом удосконалення первинного обліку є використання нових інформаційних технологій, які орієнтовані на збір відомостей, нагромадження, зберігання, обробку та передачу даних шляхом використання новітніх технічних засобів. З їх допомогою підприємство має можливість створювати раціональніші схеми підготовки та проходження документів з одночасним скороченням часу на їх обробку. До впровадження інформаційних технологій складання звітності здійснювалось протягом 14 діб, а після впровадження – за 1,5 години в будь-який момент, коли така необхідність виникає. У майбутньому інформаційні технології сприятимуть переходу від паперового документу до машинного носія інформації. Проте повністю відмовитись від паперових документів у процесі сучасного господарювання неможливо [8, с. 159].

Автоматизація обліку створює необхідні умови для прогнозування подальшого розвитку підприємства, одержання прибутку в майбутньому завдяки можливості своєчасного надання, обробки та аналізу в єдиній системі інформації про операції із залученим капіталом та цільовим фінансуванням. Залучення капіталу є одним з найголовніших процесів на підприємстві, що забезпечує надання інформації економічного характеру, яка характеризується значним обсягом даних та складністю їх обробки. Зрозуміло, що це викликає необхідність впровадження в обліковий процес засобів автоматизації для організації обліку залученого капіталу та цільового фінансування. Підприємства, що застосовують в процесі здійснення господарської діяльності комп'ютерні технології автоматично вирішують проблему оперативності даних щодо операцій із залученням капіталу та цільового фінансування. У випадку використання комп'ютерних технологій такі операції, як нагромадження даних в облікових реєстрах, обчислення підсумків та перенесення даних між обліковими реєстрами, які потребують значних затрат ручної праці та пов'язані з імовірністю допущення помилок, виконуються автоматично, без участі людської праці [8, с. 159].

Бухгалтерський облік надає інформаційну модель стану об'єкта управління і найбільш точно відображає місце його знаходження в багатофазовому просторі станів системи. Удосконалення обліку – це удосконалення моделі системи. Удосконалення інформаційної моделі полягає в більш точному відображенні стану реального об'єкта, що потребує більш детального опису системи, та зменшенні інтервалів часу одержання інформації про фактичний стан системи. Використання облікової інформації про об'єкти як інтеграційне ядро інформаційної моделі, її нарощування сприятиме підвищенню ефективності автоматизації не тільки задач обліку, а й задач інших функцій управління, ефективності управління підприємства загалом.

Значна частина робочого часу бухгалтера витрачається на відповіді, які надходять від персоналу підприємства. Ефективним засобом зменшення таких витрат, як показує практика успішних підприємств, є створення і використання системи автоматизованого самообслуговування. Цей досвід необхідно використовувати в подальшому. Автоматизовані робочі місця самообслуговування у великих підрозділах підприємства в умовах використання інтегрованої інформаційної системи доцільно було б використовувати також для реєстрації обсягів виконаних робіт безпосередньо їх виконавцями [9, с. 252–253].

Основними бухгалтерськими програмними продуктами, що використовуються підприємствами для ведення бухгалтерського та податкового обліку є «1С: Бухгалтерія», «Профінт-комплекс», «Парус-Підприємство», «Галактика», «Диск: УОС (Універсальна облікова система)». Найпоширенішою на сьогодні серед підприємств є програма «1С: Підприємство». Завдяки вбудованій мові програмування програмний продукт «1С: Підприємство» дозволяє реалізувати складні алгоритми введення та обробки інформації з обліку залученого капіталу.

Програма «Профінт-комплекс» містить автоматизоване робоче місце (АРМ) «Облік розрахунків з постачальниками і підрядниками», а також спеціалізований модуль «Облік розрахункових операцій». В ній присутній модуль «Облік розрахунків з постачальниками і підрядниками», який експлуатується автономно або в комплексі з іншими модулями і здійснює оперативний контроль за станом розрахунків. А також наявний модуль «Облік розрахункових операцій» призначений для ведення синтетичного та аналітичного обліку на рахунках розрахунків.

Облік залученого капіталу в програмі «Парус-Підприємство» ведеться в розрізі модуля Парус-Бухгалтерія. Система не містить спеціальних звітів стосовно руху залученого капіталу. Операції із окремими елементами залученого капіталу проводяться проводками, введеними вручну.

Система програмного продукту «Галактика» має контурну та модульну структуру. Облік залученого капіталу у системі ведеться за допомогою контуру «Бухгалтерський облік». Модуль «Векселі та кредити» дозволяє вести оперативний облік елементів залученого капіталу, формувати графіки отримання/погашення кредитів і контролювати їх виконання. Особливу увагу приділено розробниками обліку векселів, одним з основних призначень модуля є спрощення процедури розрахунків за товари та послуги із застосуванням векселів. Модуль «Фінансово-розрахункові операції» призначений для ведення всіх видів фінансових документів, що супроводжують рух грошових коштів. Модуль дозволяє формувати Журнали-ордери в зручному для користувача вигляді згідно з попередньо створеною настройкою. Реалізовані можливості формування аналітичних відомостей з довільним групуванням по аналітичних розрізах. Спеціальні функції дозволяють відслідковувати прострочену заборгованість.

Крім того для вдосконалення обліку залученого капіталу та цільового фінансування необхідно розробляти нові інформаційні системи, комп'ютерні програми на основі використання персональних комп'ютерів та обчислювальних мереж. Вони мають забезпечити універсальний характер їх застосування, виходячи із загальних методологічних підходів організації бухгалтерського обліку та фінансової звітності, і дозволять використовувати програми, що налагоджуються, виходячи зі специфіки сфери діяльності кожного конкретного підприємства [1].

**Висновок.** Підсумовуючи розглянутий вище матеріал, можемо зробити висновок, що позикові ресурси є важливим і складним об'єктом бухгалтерського обліку. Розкриття їхньої сутності в обліку полягає у ретельному вивченні господарських процесів, оскільки інформація про позикові ресурси розпорошена та несистематизована у фінансовій звітності.

Удосконалення обліку позикових ресурсів потребує розширення нормативно-правової бази у сфері регулювання фінансової діяльності, яка створює економічно-правове поле для залучення нових видів фінансування підприємства. Зокрема, це стосується випуску боргових цінних паперів і надання фінансових послуг.

Вирішення проблеми визнання та оцінки зобов'язань дасть можливість моделювати майбутній фінансовий стан підприємства, знизити негативний вплив різноманітних фінансових ризиків на його розвиток

Отже, чисельність непорозумінь та труднощів як в обліку залученого капіталу, так і при розрахунках відповідних показників зумовлені недосконалістю податкового законодавства та існуванням недоліків у нормативах, що регулюють бухгалтерський облік в Україні. Тому для покращення якості інформації, яка надається внутрішнім та зовнішнім користувачам, подальшого удосконалення потребує методологія та організація бухгалтерського обліку і фінансової звітності залученого капіталу.

## Література

1. Куреева Ю.В. Напрями удосконалення методології та організації бухгалтерського обліку залученого капіталу та цільового фінансування [Електронний ресурс] / Ю.В. Куреева. – Режим доступу : [http://www.rusnauka.com/11\\_EISN\\_2008/Economics/30649.doc.htm](http://www.rusnauka.com/11_EISN_2008/Economics/30649.doc.htm)
2. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 2 «Баланс» : затверджено наказом Міністерства фінансів України від 31.03.1999 р. №87 (із змінами та доповненнями) [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=z0396-99>.
3. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 1 «Загальні вимоги до фінансової звітності» : затверджено наказом Міністерства фінансів України від 21.07.1999 р. №391/3684 (із змінами та доповненнями) [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/z1050-01>
4. Про відновлення платоспроможності боржника або визнання його банкрутом : Закон України № 2343-ХІІ від 14.05.92 р. зі змінами та доповненнями [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=2343-12>.
5. Про затвердження Положення (стандарту) бухгалтерського обліку 4 : Звіт про рух грошових коштів (Форма № 3) : Наказ Міністерства фінансів України від 31.03.1999 № 87 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/z0398-99>.
6. Про затвердження Положення (стандарту) бухгалтерського обліку 13 «Фінансові інструменти» : Наказ Міністерства фінансів України від 30.11.2001 № 559 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/z1050-01>.
7. Сльозенок Н.М. Проблеми обліку позикових ресурсів / Н.М. Сльозенок // Актуальні проблеми економіки. – № 3 (93). – 2009. – С. 221–225.
8. Марушко Н.С. Деякі аспекти організації обліку залученого капіталу / Н.С. Марушко // Збірник науково-технічних праць Національного лісотехнічного університету України. – С. 150–160.
9. Марченко Д.М. Автоматизація бухгалтерського обліку як джерело зростання його ефективності / Д.М. Марченко // Актуальні проблеми економіки. – № 6 (96). – 2009. – С. 248–254.



References

1. Kureeva Y. V. Napryamy udoskonalennya metodolohii ta organizatsii buhgalterskogo obliku zaluchenohto kapitalu ta tsiliovoho finansuvannya / Y. V. Kureeva. Elektronnyi resurs. – Rezhym dostupu do resursu: [http://www.rusnauka.com/11\\_EISN\\_2008/Economics/30649.doc.htm](http://www.rusnauka.com/11_EISN_2008/Economics/30649.doc.htm)
2. Polozhennya (standart) buhgalterskogo obliku 2 “Balans”: zatverdzheno nakazom Ministerstva finansiv Ukrainy vid 31.03.1999 №87 (iz zminamy i dopovnennyamy). – Elektronnyi resurs. – Rezhym dostupu do resursu: <http://zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=z0396-99>.
3. Polozhennya (standart) buhgalterskogo obliku 1 «Zahalni vymohy do finansovoi zvitnosti»: zatverdzheno nakazom Ministerstva finansiv Ukrainy vid 21.07.1999 №391/3684 (iz zminamy ta dopovnennyamy). – Elektronnyi resurs. – Rezhym dostupu do resursu: Ошибка! Недопустимый объект гиперссылки..
4. Zakon Ukrainy “Pro vidnovlennya platospromozhnosty borzhnyka abo vyznannya yoho bankrutom” № 2343-XII vid 14.05.92 zi zminamy ta dopovnennyamy. – Elektronnyi resurs. – Rezhym dostupu do resursu : <http://zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=2343-12>.
5. Pro zatverdzhennya Polozhennya (standartu) buhgalterskogo obliku 4 “Zvit pro ruh hroshovyh koshtiv” (Forma № 3) : Nakaz Ministerstva finansiv Ukrainy vid 31.03.1999 № 87. – Elektronnyi resurs. – Rezhym dostupu do resursu: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/z0398-99>.
6. Pro zatverdzhennya Polozhennya (standartu) buhgalterskogo obliku 13 “Finansovi instrumenty”: Nakaz Ministerstva finansiv Ukrainy vid 30.11.2001 № 559. Elektronnyi resurs. – Rezhym dostupu do resursu: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/z1050-01>.
7. Sliozhenok N. M. Problemy obliku pozykovykh resursiv / N. M. Sliozhenok // Aktualni problem ekonomiky. – № 3 (93). – 2009. – P. 221-225.
8. Marushko N.S. Deyaki aspekty orhanizatsiyi obliku zaluchenohto kapitalu / N. S. MArushko // Zbirnyk naukovo-tehnichnyh prats Natsionalnogo lisotehnichnogo universytetu Ukrainy. – P.150-160.
9. Marchenko D. M. Avtomatyzatsiya buhgalterskogo obliku yak dzherelo zrostannya yogo efektyvnosti / D. M. Marchenko // Aktualni problem ekonomiky. – № 6 (96). – 2009. – P. 248-254.

Надійшла 10.09.2013; рецензент: д. е. н. Остап'юк Н. А.

## СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ ІННОВАЦІЙНО-ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ

УДК 65.011.46

Г. А. УТКІНА

Криворізький економічний інститут ДВНЗ «Криворізький національний університет»

### ІННОВАЦІЙНИЙ ТИП РОЗВИТКУ ЕКОНОМІКИ ЯК ЗАКОНОМІРНИЙ РЕЗУЛЬТАТ СПЕЦИФІКИ ПОСТІНДУСТРІАЛЬНОГО СУСПІЛЬСТВА

*Ціль статті: сприяти переосмисленню специфіки інноваційного типу розвитку економіки як закономірного явища розвитку суспільства в цілому. На фоні теорії К-хвиль переконливо видно, що інноваційний тип розвитку економіки, на чинному етапі розвитку суспільства, є результатом його специфіки і характеризується перенесенням акценту на використання принципово нових прогресивних технологій, переходом до випуску високотехнологічної продукції, прогресивними організаційними і управлінськими рішеннями в інноваційній діяльності, що стосується як мікро-, так і макроекономічних процесів розвитку*

*Ключеві слова: інновація, суспільство, засноване на знанні, інноваційний тип розвитку економіки, економіка знань, знання економіка.*

G. A. UTKINA

Kryvyi Rih Economics Institute SHEE " Kryvyi Rih National University"

### INNOVATION ECONOMICS TYPE OF DEVELOPMENT AS AN ORDERLY RESULT OF POSTINDUSTRIAL SOCIETY

*The purpose of the article is to promote innovative rethinking of specific type of economic development as a natural phenomenon of society. In a sign of K-waves theory, it is clearly shown that the type of innovative development of the economy at the current stage of social development is the result of its specificity and is characterized by the transferring of the emphasis on the use of innovative advanced technologies, the transition to the production of high-tech products, advanced organizational and management decisions in innovation relating to both micro -and macro-economic development processes.*

*Keywords: innovation, a society, based on knowledge, innovation type of economy, knowledge economy, economics.*

#### Вступ

Довгі хвилі (К-хвилі) в економіці були вперше відкриті та дослідженні радянським вченим М.Д.Кондратьєвим в 1922–1928 роках. Це відкриття було взяте за основу Й.Шумпетером в його роботі з теорії інновацій «Цикли бізнесу» (1937 р.). Отримана теорія стверджує, що в історії людства (суспільства) існують певні періоди, які характеризуються масовою появою інновацій на відносно невеликих географічних ареалах, представлені підйомом та занепадом галузей, котрі є провідними в економіці. Як результат відбуваються зміни в структурі всесвітньої економіки.

Основою таких змін являються нововведення, які не обов'язково є абсолютно новими способами виробництва, новими товарами, а можуть бути відкриттям нових ринків збуту, джерел сировини та форм виробничої (комерційної) організації.

Важливо те, що будь-яке введення в дію інновацій народжує багато ефектів: воно дає економічні переваги, створюючи цим самим ресурси для пошуку нових інновацій; воно визначає певний психологічний ефект, який спонукає пошук продовження переваг, спонукаючи розвиток виробництва. Не ставлячи перед собою проблеми викладу теорії К-хвиль, в статті звернуто увагу на факт динамічного зв'язку постіндустріального суспільства і обумовленості відповідності типу розвитку економіки. Враховуючи вищесказане, можна зробити висновок, що інноваційний тип розвитку суспільства, тобто і економіки, не носить спонтанний характер, а є результатом тих проблем, які назріли в суспільстві і які вже не можуть бути розв'язані на просторі існуючих попередніх економічних систем.

Ціль статті: сприяти переосмисленню специфіки інноваційного типу розвитку економіки як закономірного явища розвитку суспільства в цілому.

#### Виклад основного матеріалу

Минуле ХХ століття без перебільшення можна охарактеризувати як таке, що було найбільш насичене значними подіями, глобальними потрясіннями та доленосними змінами, особливо політичними. Світ став свідком протиборства двох протилежних політико-економічних систем. Одна з них, на чолі із США, перейшла в своїй зовнішній політиці від доктрини «ізоляціонізму» (період до другої світової війни) до ідеології «розширення зовнішніх ринків збуту». Інша система, на чолі з СРСР, стала провадити політику формування «буферних зон» та «поясів безпеки».

Далі, США почали «десантування» класичних галузей своєї економіки в країни Західної Європи, Японію і деякі країни Азії і Близького Сходу. СРСР спрямував свою економічну стратегію на створення потужного військово-промислового комплексу (ВПК), перш за все, в межах своїх кордонів. Пріоритетність інтересів ВПК в економіці країни протягом тривалого часу та пов'язана з такою політикою закритість

суспільства обумовили спотворення структури цивільного виробництва, якому ставало дедалі важче забезпечувати відповідний рівень соціальних параметрів життя громадян. Перебудова, що розпочалася у 1985 році як широкомасштабна та ідеологічно керована трансформація суспільства до більш відкритих його форм, завершилася його фактичною розкритістю, точніше «оголеністю», аж до зникнення в 1991 році СРСР з геополітичної карти світу. США відреагували на це черговою зміною стратегії свого національного розвитку, яка дістала назву «від стримування до розширення». Сутність такої стратегії полягала в тому, що відтепер США починали нести світові дві доленосні цінності – демократію і ринкову економіку. Взаємозв'язок цих цінностей, з погляду США, і ставав тим чинником, який здатен забезпечити стійке просування людства до прогресу та вершин цивілізації [4]. Для країн колишнього СРСР таке просування, особливо в перше десятиліття після розпаду, звелось фактично до неконтрольованого вивезення за кордон окремих унікальних технологій, втрати багатьох провідних науковців і талановитої молоді та контрольованими ззовні впливами адміністративного та фінансового характеру на національні наукові середовища через різноманітні міжнародні організації, фонди, гранти та програми.

Для кінця двадцятого – початку двадцять першого століття найбільш небезпечними були політичні проблеми війни та миру, гонки озброєнь. На друге місце вийшли екологічні проблеми: знищення природних ресурсів; забруднення довкілля; збіднення генофонду Землі.

Людство вже зустрічалося з локальним виснаженням природних ресурсів, але існуюча антропогенна діяльність загрожує природі в планетарному масштабі. Автори спеціальної доповіді «Становище у світі» (2007 р.), опублікованої Інститутом спостережень за світом (Worldwatch Institute, USA), основними глобальними екологічними проблемами вважають такі:

- потреба в енергоресурсах у найближчі десятиліття збільшиться вдвічі, але прогноз добування і виробництва енергоносіїв не дає підстав сподіватися на їх реалізацію;

- забруднення і зростаючий дефіцит прісної води може стати однією з перешкод збільшення виробництва сільськогосподарської продукції;

- випалювання тропічних лісів із метою створення сільгоспугідь створює безпрецедентну загрозу пожеж на величезних площах Південно-Східної Азії, в Амазонії та Північній Америці;

- погіршення природного середовища існування призводить до зникнення багатьох живих організмів, що загрожує порушенням екологічного балансу в природі на різних рівнях;

- концентрація в атмосфері вуглекислого газу знаходиться на найвищому рівні за останні 160 тис. років і продовжує збільшуватися; різке підвищення глобальної температури в 1998 році побило всі рекордні показники, які трималися на сталому рівні з середини XIX століття;

- руйнація озонового екрану Землі. У вересні 2000 року була зареєстрована найбільша озонна діра з усіх, які були раніше виявлені. Її розміри покрили територію Антарктики у 28,3 млн км<sup>2</sup>, що перевищило попередні рекордні розміри більше ніж на 100 000 км<sup>2</sup>. Ці спостереження збільшують занепокоєння щодо слабкої міцності озонового екрану Землі, оскільки озон є захисним бар'єром, який зменшує згубну дію ультрафіолетових променів на все живе.

Демографічна проблема постала в 70–80-х роках XX століття і має два протилежні аспекти. По-перше, викликає велику занепокоєність явище демографічної кризи або ж депопуляції населення, що вже призвело до порушень у відтворенні населення та скорочення числа жителів в економічно розвинених державах світу. По-друге, ще більшу тривогу викликає швидке зростання населення в деяких країнах, що розвиваються, яке називається демографічним вибухом. Так, у 1990 році на Землі нараховувалось 1,6 млрд осіб, а за даними 1999 року – 6 млрд осіб, тобто кількість населення виросла в 3,75 рази з щорічним середньоарифметичним приростом 40 млн осіб, що складає 1/5 частину від кількості населення планети Земля на початку ери.

Не менш гострими аспектами цього є також неконтрольована урбанізація в країнах, що розвиваються, криза великих міст світу, стихійна внутрішня і зовнішня міграції тощо. Нерівномірне зростання населення в різних регіонах світу супроводжується процесом перерозподілу населення між ними.

Як результат зазначеного, виникла необхідність пошуку нових шляхів і засобів подолання загальносуспільних незгод на основі побудови нових бачень суспільних відносин та економічних засад: поступ людства до омріяних вершин фактично став здійснюватися через процеси децентралізації та диверсифікації національних економік окремих країн, їх інтеграцію у нові міжнародні утворення та набуття ними нової спеціалізації з точки зору глобалізації та поляризації світового ринку товарів і послуг. Ці обставини обумовили доленосні зміни у житті всього суспільства і, як наслідок, формування якісно нового суспільства – суспільства, заснованого на знанні [3]. Відбувається переоцінка людського фактору в економіці: зростає роль творчих кадрів – людей, що володіють знаннями і є носіями нововведень в сфері організаційної, науково-технічної та екологічної культури. В XX столітті було зроблено більше наукових відкриттів, ніж за всі попередні століття. Відбувся суттєвий прорив переважно у двох галузях науки – фізиці та біології. М. Планк вивів формулу розподілу енергії в спектрі абсолютно чорного тіла, яка свідчить, що енергія випромінюється не рівномірно, як вважалося раніше, а частками – квантами. На цій основі А.Ейнштейн у 1905 році розвинув квантову теорію фотоелекту. Далі, Н.Бор запропонував модель будови атома, згідно якої електрони обертаються по орбітах навколо ядра атома, ніби планети навколо Сонця. В 1916 році А.Ейнштейн розробив загальну теорію відносності, що практично докорінно змінило погляди всіх

вчених того часу. В 1932 році Дж.Чедвік довів існування нейтрона. Це наукове відкриття призвело до розвитку гонки озброєння і до холодної війни. Але в той же час це відкриття стало поштовхом до розвитку атомної енергетики, а також до використання радіоізотопів у різних наукових сферах. У.Браттейн, Дж.Бардін і В.Шоклі в 1947 році відкрили властивості напівпровідника – керування великими струмами за допомогою малих. Так з'явився транзистор – прилад, що складався з пари р-п переходів. Принцип роботи транзистора став підґрунтям до розвитку багатьох сфер наукової діяльності, зокрема його винахід став базою появи мікросхем і мікропроцесорів, що є основою для сучасних комп'ютерів та радіоелектронної апаратури, тощо. Англійський науковець Р.Франклін, проводячи рентгенівський дифракційний аналіз молекул ДНК, дійшла висновку, що ДНК має форму подвійної спіралі, що нагадує гвинтові сходи. На основі цього відкриття дослідники Кембриджського Університету Ф.Крік і Дж.Вотсон в 1953 році запропонували тривимірну структуру молекули ДНК.

В 70–90-і роки ХХ століття відбувається новий теоретичний прорив в інноваційній теорії, створюються глобальні та базові інновації, відбувається становлення постіндустріального суспільства. Основою економіки стає максимізація прибутку за допомогою технологічних змін, а інновації та науково-технічний прогрес стають фактором економічного зростання нарівні з працею та капіталом. Наукові відкриття ХХ століття стають безпосередньою продуктивною силою, що зумовила якісні зміни в житті людства. Все це стало основою до поступового формування гнучкої нової моделі суспільства, яка відповідає інноваційному типу розвитку, передбачаючи зміну відносин в тріаді понять «науково-технічний прогрес» – «науково-технічний розвиток» – «знання».

На початку ХХІ століття впровадження інновацій на базі інтелектуального капіталу підприємства стають вирішальними чинниками у його розвитку та основним напрямком підвищення його ефективності. Також набуває поширення інноваційне підприємництво, що ґрунтується на новаторському ризикованому підході, тобто за рахунок високої віддачі інвестицій в інноваційній сфері ставиться мета максимізації прибутку за короткий період часу. Економічного домінування добиваються країни та підприємства, що конкурують на основі інновацій, тобто знання самі перетворюються в ефективне виробництво [8].

Традиційні економічні ресурси – капітал, земля, робоча сила, поступаються місцем ефективному менеджменту. Менеджмент (українською — управління) — це процес планування, організації, приведення в дію та контроль організації з метою досягнення координації людських і матеріальних ресурсів, необхідних для ефективного виконання завдань. Менеджмент пронизує всю організацію, торкається практично всіх сфер її діяльності. Індустріальне суспільство з його характерними ознаками наприкінці ХХ століття переходить у постіндустріальне суспільство, в якому домінують інформація та знання і яке має принципово іншу соціальну організацію: конкурентні засади індустріального суспільства змінюються на колективістські постіндустріального, бо при обміні інформацією (знаннями), фактично відбувається не зміна власника, як у випадку обміну традиційними для індустріального суспільства економічними ресурсами, а здійснюється об'єднання нового та старого власників довкола об'єкту обміну [6].

В сучасній економічній науковій літературі сенс поняття «інноваційний тип розвитку економіки» трактується дещо по-різному в залежності від акценту на ту чи іншу особливість, що характеризує такий тип розвитку як новий економічний уклад (парадигму), але незалежно від цього, спільним в поглядах на сенс поняття є те, що «протягом останніх десятиліть світова економіка, насамперед розвинутих країн, увійшла в період радикальної структурної трансформації, пов'язаної із суттєвим зростанням ролі наукомістких, високотехнологічних виробництв, розвиток яких визначається головним чином інтенсивним використанням знань і широким впровадженням інновацій у різні сфери економічного (та загалом суспільного) життя. Формується так звана економіка, що ґрунтується на знаннях» – економіка знань, знаннева економіка. Зійти в сторону в цієї стезі неможливо, бо неспроможність здійснювати структурну перебудову національної економіки, у відповідності до вимог нової технологічної парадигми (укладу) чи зволання з проведенням таких структурних змін, не просто гальмує розвиток, а й призводить до економічної деградації [1].

Звертаючись знову до думки Д.Белла щодо специфіки постіндустріального суспільства, маємо «абсолютно очевидно, що постіндустріальне суспільство є суспільством знання в двоякому сенсі: по-перше, джерелом інновацій все у більшій мірі стають дослідження і розробки (більш того, виникають нові відносини між наукою і технологією з причини центрального місця теоретичного знання); по-друге, прогрес суспільства, вимірюваний зростаючою часткою ВВП і зростаючою частиною зайнятої робочої сили, все більше визначається успіхами в області знання» [2, с. 288].

### Висновки

На фоні теорії К-хвиль переконливо видно, що інноваційний тип розвитку економіки на чинному етапі розвитку суспільства є результатом його специфіки, і характеризується перенесенням акценту на використання принципово нових прогресивних технологій, переходом до випуску високотехнологічної продукції, прогресивними організаційними і управлінськими рішеннями в інноваційній діяльності, що стосується як мікро-, так і макроекономічних процесів розвитку.

### Література

1. Аналітична доповідь центру Разумкова «Інноваційний розвиток в Україні: наявний потенціал і

ключові проблеми його реалізації» // Національна безпека і оборона, 2004. – № 7.

2. Белл Д. Грядущее постиндустриальное общество. Опыт социального прогнозирования / Д. Белл. – М. : Academia, 1999. – 773 с.

3. Гаузнер Н. Новая концепция трансформации капитализма / Н. Гаузнер // МЭ и МО, 1994. – № 10. – С. 181–184.

4. Єрохін С.А. Структурні трансформації постіндустріальної економіки як історичний виклик відчуженій праці / С.А. Єрохін // Актуальні проблеми економіки, 2004. – № 8 (38). – С. 10–17.

5. Павленко І.А. Економіка та організація інноваційної діяльності : навч.-метод. Посібник / Павленко І.А., Гончарова Н.П., Швиданенко Г.О. – К. : КНЕУ, 2002. –250 с.

6. США 80-х: погляд з середини. «Американська модель»: з майбутнім у конфлікті – М. : Прогрес, 1984. // Bell D. The Coming of Post-Industrial Society. A venture in Social forecasting. – New York, 1973.

7. Твисс Б. Управление научно-техническими нововведениями / Б. Твисс. – М. : Экономика, 1989. – 253 с.

8. Ткаченко П.В. Зародження та розвиток теоретичних основ інновацій / П.В. Ткаченко // Науковий вісник Економіка, 2009. – №7.

9. Туган-Барановский М.И. Периодические промышленные кризисы / М.И. Туган-Барановский. – Избранное, 1997. – 316 с.

10. Шумпетер Й. Капитализм, социализм и демократия / Й. Шумпетер ; пер. с англ.; предис. и общ. ред. В. С.Автономова – М. : Экономика, 1995. – 540 с.

11. Шумпетер Й. Теория экономического развития / Й. Шумпетер ; пер. с англ. ; предис. и общ. ред. В. С. Автономова – М. : Экономика, 1982. – 450 с.

#### References

1. Razumkoff Centre analytical report "Innovation Development in Ukraine: the existing potential and key issues for its implementation", National Security and Defence, 2004. - № 7.

2. The Coming of Post-Industrial Society: A Venture in Social Forecasting, Daniel Bell. - Moscow: Academia, 1999. – 773 p.

3. Hauzner N. New Concept of Capitalism Transformation, World Economy and International Relations, 1994. - № 10. - p.p. 181-184

4. Yerohin S.A. Structural transformation of post-industrial economy as a historical challenge of alienated labour, Actual Problems of Economics, 2004. - № 8 (38). - p.p.10-17.

5. Pavlenko I.A. Economics and Organization of Innovation: Study Guide , Kiev.: KNEU, 2002. -250 p.

6. U.S. A. of 80th : a view from inside. "American model": the future of the conflict - Moscow: Progress, 1984. // Bell D. The Coming of Post-Industrial Society. A venture in Social forecasting. - New York, 1973.

7. Managing technological innovation, Brian C. Twiss. -Moscow: Economy, 1989. – 253 p.

8. Tkachenko P.V. The origin and development of the theoretical foundations of innovation, Scientific Bulletin of Economics. - 2009. - № 7.

9. Tugan-Baranovsky M.I. Periodical industrial crisis - Favorites, 1997. – 316 p.

10. Joseph Schumpeter Capitalism, Socialism and Democracy / Joseph Schumpeter, translated and edited by B. S.Avtonomova. - Moscow: Economy, 1995. - 540 p.

11. Joseph Schumpeter The Theory of Economic Development / Schumpeter; translated and edited by B. S.Avtonomova. - Moscow: Economy, 1982. - 450 p.

Надійшла 10.09.2013; рецензент: д. е. н. Афанасьєв Є. В.

**ФІНАНСИ ТА БАНКІВСЬКА СПРАВА**

УДК 658.15+338.71:330.341.1

О. А. ГОЛУБОВСЬКА  
Хмельницький національний університет

**ВЗАЄМОЗАЛЕЖНІСТЬ МІЖ ПОТРЕБАМИ ПІДПРИЄМСТВА ТА БАНКУ В  
ПРОЦЕСІ ФІНАНСУВАННЯ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ**

*У статті розглянуто важливість банківського кредитування інноваційної діяльності підприємств. Визначено додаткові функції банку при фінансуванні інноваційної діяльності підприємства, які перебувають в компетенції маркетингу. Обґрунтовано взаємозалежність між потребами підприємства та банку в процесі фінансування інноваційної діяльності.*

*Ключові слова: інноваційна діяльність, банківське кредитування, фінансування інноваційної діяльності, економічний розвиток.*

O. A. GOLUBOVSKA  
Khmelnytsky National University

**THE INTERDEPENDENCE BETWEEN THE NEEDS OF THE COMPANY AND THE  
BANK IN THE FINANCING OF INNOVATION ACTIVITY**

*The article considers the importance of banks lending of innovative activities of the enterprise. Additional functions of the bank in the financing of innovation activities of the enterprise that are in the marketing competence are defined. Interdependence between the needs of the enterprise and bank in the financing of innovation are substantiated. Findings are made that the interaction between the enterprise and bank helps solve many economic problems. The topic needs further investigations in the field of marketing functions and decisions of these entities.*

*Key words: innovative activity, bank lending, financing innovation, economic development.*

**Постановка проблеми у загальному вигляді.** Формування і використання сучасних механізмів та інструментів маркетингу в інноваційній діяльності має важливе теоретичне і практичне значення для вирішення низки проблем ефективного господарювання, що викликане такими основними чинниками, як зростання глобалізації ринків; високий ступінь фрагментації та насичення ринку товарами; посилення конкуренції у сфері виробництва та обслуговування; скорочення життєвого циклу товару; розвитку новітніх технологій у сфері інформації, просування, продажу і переміщення товарів; зростання підприємництва і інноваційної активності у господарській діяльності [7, с. 210, 213]. Інноваційна діяльність, за систематизованої та комплексної маркетингової підтримки, є ключовим фактором конкурентоспроможності підприємств та його товарів. Проте, реалізація жодного проекту, особливо інноваційного, для якого характерний високий рівень ризику, неможлива без значних фінансових вкладень.

Між тим, проведений аналіз інноваційної діяльності промислових підприємств України, за даними Державної служби статистики України [4], свідчить, що основним джерелом фінансування інновацій промислових підприємств виступають власні кошти, які є обмеженими і, в першу чергу, спрямовуються на забезпечення поточної господарської діяльності. В зв'язку з цим, актуалізуються питання ефективного залучення коштів із зовнішніх джерел, зокрема, довгострокових банківських кредитів.

**Аналіз останніх досліджень та публікацій.** Інвестиційна та кредитна політика банків набуває все більшого значення у процесі економічного розвитку, про що свідчать дослідження вітчизняних та зарубіжних науковців. Ще Й. Шумпетер розглядав кредитну емісію як основне джерело інноваційного розвитку [8, с. 329]. На сьогодні кредити комерційних банків належать до позичкових коштів і виступають вагомим фінансовим інструментом забезпечення та стимулювання інноваційної діяльності підприємств. У своїх працях науковці, такі як Літньовський Г.Г. [1], Онишко С.В. [3], Пшик Б.І. [6], Красавіна Л.Н., Алібегов Т.І., Біліняк С.І. [2] та інші, розглядають сутність та значення банківського фінансування, особливості та форми банківського кредитування інноваційної діяльності. Проте, майже нез'ясованими залишаються питання визначення та використання банківського кредитування не лише як джерела фінансових ресурсів, але й як потенційну можливість здійснювати інформаційну, консультаційну, оціночну та маркетингову підтримку в процесі інноваційної діяльності.

Мета статті полягає в обґрунтуванні важливості банківського кредитування інноваційної діяльності підприємства на засадах маркетингу та визначенні взаємозалежності потреб підприємства та банку у процесі фінансування інноваційної діяльності.

**Виклад основного матеріалу.** Комерційні банки є головною сполучною ланкою грошово-кредитної системи та реальними посередниками на інвестиційному ринку, оскільки вони володіють інструментарієм залучення та розміщення фінансових ресурсів. Між тим, довгострокове банківське кредитування інноваційної діяльності має певні особливості, а саме: складність залучення та оформлення; необхідність гарантій, заставного майна; високий рівень страхового тарифу; підвищений ризик банкрутства

через неможливість своєчасного погашення позики боржником та втрату (недоотримання) коштів кредитором; необхідність проведення розрахунків за кредитом вчасно у строки визначені кредитним договором незалежно від результатів діяльності та розміру отриманого прибутку; відсутність технологій та досвіду ефективного проектного фінансування тощо [1, с. 306].

Важливе теоретико-методологічне значення має виокремлення довгострокових інвестиційних кредитів, частка яких на кінець 2012 р. становила 5,28% (32 млрд грн) від загального обсягу, для порівняння у 2011 р. – 6,09% (35,04 млрд грн), 2010 р. – 5,95% (29,82 млрд), 2007 р. – 3,49% (9, 08 млрд грн) [5].

Банки повинні бути незалежними, відокремленими від приватного бізнесу та обслуговувати всі сектори. Проте, в Україні отримують кредити на вигідних умовах підприємства, які разом з банком входять до певної фінансово-промислової групи, власником виступає часто одна людина або група людей, іноді банк створюється спеціально під певний бізнес, що призводить до диспропорцій у інвестиційній діяльності та можливостях залучати зовнішні ресурси усіма контрагентами ринку.

Багато проблем, які стримують розвиток банківського кредитування інноваційної діяльності в Україні, лежать в фінансовій площині і можуть бути вирішені при провадженні спеціальної політики держави та Національного Банку України, закріпивши на законодавчому рівні чотирикутник інвестиційного розвитку: держава – банки – наука – виробництво [1, с. 309]. Проте, дані питання не є предметом дослідження. Між тим, є питання, які стосуються компетенції маркетингу, вирішення яких допоможе налагодити довготривалі стосунки між банком та підприємством. Це пов'язано з тим, що банки, при фінансуванні інноваційних проектів, виконують не лише функцію фінансового забезпечення, але й перебирають на себе певні зобов'язання щодо управління проектом.

Додатковими функціями, які виконує банк в рамках проектного фінансування інноваційної діяльності і можуть бути вирішеними на базі служб маркетингу, є:

- пошук об'єктів та розгляд пропозицій для інвестування коштів;
- комплексна оцінка основних ризиків проекту, підготовка плану щодо управління ризиками;
- аналіз динаміки попиту, пропозиції та ціни на продукцію для виробництва (удосконалення) якої залучаються кредитні ресурси, вивчається динаміка цін на компоненти, необхідні для реалізації проекту;
- аналіз маркетингового плану, зокрема результатів дослідження ринку, конкурентного середовища, маркетингової стратегії та інше;
- розробка та впровадження спеціалізованих банківських послуг – пакетів для інноваційного бізнесу (проекту), спеціальних схем оцінки проектів, доступу до експертиз у галузі високих технологій тощо;
- безперервний та всебічний контроль за реалізацією проекту, здійснення моніторингу звітів про виконання роботи, участь у випробуваннях тощо [2].

Фактично банк перебирає на себе функції не лише фінансування інноваційної діяльності, але й часткового управління інноваційним проектом. Активна пряма чи опосередкована участь банку в процесі реалізації інноваційної діяльності підприємства допоможе розподілити ризики та забезпечити більш ефективне управління ними.

Маркетингові ризики, які супроводжують процес інноваційної діяльності на всіх етапах, впливають на результати діяльності промислового підприємства, можливість сплачувати за своїми зобов'язаннями та, як наслідок, на фінансовий стан кредитора.

Банки є ключовими інвесторами економіки, які диверсифікують свої кошти в ключові сфери економіки, що сприяє розвитку підприємства-боржника, приносить вигоду самому кредитору та економіці в цілому (рис. 1).

Представлена на рис. 1 схема показує взаємозалежність між основними суб'єктами ринку (підприємствами та банками) в процесі реалізації своїх функцій та вплив результативності їх взаємодії на розвиток економіки в цілому.

Задоволення потреб підприємства в коштах за рахунок банківського кредиту обумовлює забезпечення потреби банку в розміщенні коштів і, навпаки – вибір банком об'єкту кредитування забезпечує потребу підприємства в додаткових фінансових ресурсах. Для забезпечення потреб, підприємство та банк проводять цілеспрямовані дослідження, оцінюють рівень ризику та вартість проекту, можливість брати участь в управлінні, необхідність страхування, заставного майна, гарантій, на основі чого обирають партнера для співпраці. Мінімізація ризику для кредитора обумовлює зменшення вартості позичених коштів для позичальника, а, відповідно, і зменшує ризики, пов'язані з реалізацією інноваційного проекту та неспроможністю розраховуватися за зобов'язаннями. З іншого боку, мінімізація вартості запозичених коштів для позичальника, сприяє зменшенню ризику банку щодо неповернення або несвоєчасного повернення вкладених коштів.

Висновки і перспективи подальших досліджень. Отже, задоволення взаємообумовлених потреб підприємства і банку допомагає вирішити чимало економічних проблем, які виникають в процесі фінансування інноваційної діяльності, а саме:

- реалізувати інноваційні проекти;
- забезпечити фінансування інноваційної діяльності;
- ефективно розмістити та використати фінансові ресурси;

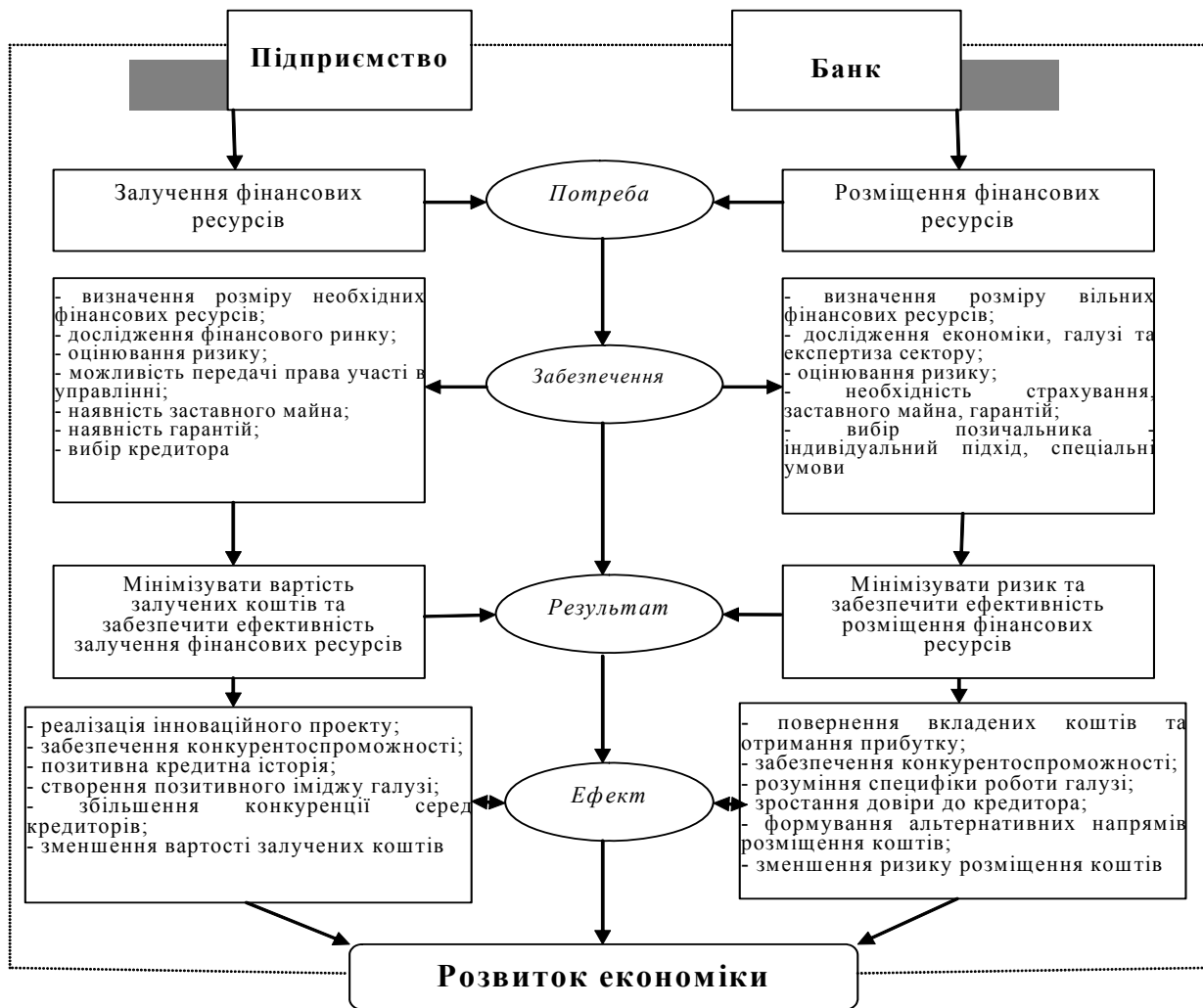


Рис. 1. Схема взаємозалежності потреб підприємства, банку та економіки

- налагодити довгострокові взаємовигідні відносини між підприємством та банком;
- отримати синергетичний ефект від співпраці підприємства та банку;
- підвищити конкурентоспроможність та забезпечити розвиток економіки, що в свою чергу, вплине на діяльність та рівень розвитку суб'єктів ринку.

Подальшого дослідження потребують питання взаємодії маркетингових функцій та рішень підприємства-позичальника та банку-кредитора у процесі фінансового забезпечення інноваційної діяльності підприємства.

### Література

1. Літньовський Г.Г. Банківське інвестиційне кредитування, як основний фактор фінансування інноваційної діяльності / Г.Г. Літньовський // Труды одесского политехнического университета. – 2007. – Вып. 1 (27). – С. 306–309.
2. Международные валютно-кредитные и финансовые отношения [Электронный ресурс] / Красавина Л.Н., Алибегов Т.И., Былинник С.А та ін. – Режим доступу : <http://www.bibliotekar.ru/valyutno-creditnye-otnosheniya/104.htm>
3. Онишко С.В. Фінансове забезпечення інноваційного розвитку : моногр. / Онишко С.В. – Ірпінь : Акад. ДПС України, 2004. – 434 с.
4. Офіційний сайт Держкомстату України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.ukrstat.gov.ua>.
5. Офіційний сайт Національного банку України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.nbu.gov.ua>.
6. Пшик Б.І. Особливості кредитування банками інноваційної діяльності / Б.І. Пшик // Вісник укр. акад. банк. справи. – 2003. – Вип. 1 (14). – С. 85–87.
7. Чухрай Н.І. Формування інноваційного потенціалу підприємства: маркетингове та логістичне



забезпечення : монографія / Наталія Чухрай. – Львів : Вид-во Нац. ун-ту “Львівська політехніка”, 2002. – 314 с

8. Шумпетер Й. Теория экономического развития (исследования предпринимательской прибыли, капитала, процента и цикла конъюнктуры) / Шумпетер Й. – Пер. с нем. – М. : Прогресс, 1982. – 455 с.

#### References

1. Litnovskiy H.H. Bankivske investytsiine kredytuvannya, yak osnovnyi faktor finansuvannya innovatsiinoi diialnosti // Trudy odeskoho polytekhnicheskoho unyversyteta. – 2007. – Выр. 1 (27). – S. 306 – 309.
2. Mezhdunarodnye valiutno-kredytnye y finansovye otnosheniya / Krasavyna L.N., Alybehov T.Y., Вылыняк S.A y druhye. – 2-e yzd. - [Elektronnyi resurs]. – Rezhym dostupu: <http://www.bibliotekar.ru/valyutno-creditnye-otnosheniya/104.htm>
3. Onyshko S.V. Finansove zabezpechennia innovatsiinoho rozvytku: Monohr. – Irpin: Akad. DPS Ukrainy, 2004. – 434 s.
4. Ofitsiyni sait Derzhkomstatu Ukrainy. - [Elektronnyi resurs]. - Rezhym dostupu: <http://www.ukrstat.gov.ua>.
5. Ofitsiyni sait Natsionalnoho banku Ukrainy. - [Elektronnyi resurs]. - Rezhym dostupu: <http://www.nbu.gov.ua>.
6. Pshyk B.I. Osoblyvosti kredytuvannya bankamy innovatsiinoi diialnosti // Visnyk Ukr. akad. bank. spravy. – 2003. – Выр. 1 (14). – S. 85 – 87.
7. Chukhrai N.I. Formuvannya innovatsiinoho potentsialu pidpryemstva: marketynhove ta lohystychnе zabezpechennia: Monohrafiia/ Nataliia Chukhrai. – Lviv: Vyd-vo Nats. un-tu “Lvivska politekhnika”, 2002. – 314 s
8. Shumpeter Y. Teoriya ekonomycheskoho razvitiya issledovaniya predprynymatelskoi prybyli, kapitala, protsenta y tsykla koniunktury): Per. s nem. – M.: Prohress, 1982. – 455 s.

Надійшла 11.09.2013; статтю представляє к. е. н. Ковальчук С. В.

УДК 336.71 (477)+339.727

Г. Р. БАЛЯНТ

Тернопільський національний економічний університет

## СУЧАСНІ ПІДХОДИ ДО ОРГАНІЗАЦІЇ РЕГУЛЮВАННЯ ТА НАГЛЯДУ ЗА ФІНАНСОВИМ СЕКТОРОМ КРАЇН ЄВРОПЕЙСЬКОГО СОЮЗУ В КОНТЕКСТІ ПОДОЛАННЯ НАСЛІДКІВ ФІНАНСОВО-ЕКОНОМІЧНОЇ КРИЗИ

*У статті розкрито поняття банківського регулювання і нагляду. Розглянуто завдання, цілі та функції регулятивно-наглядових органів. Наведено характеристику існуючих моделей інституціональної побудови системи банківського регулювання та нагляду і виділено основні зміни, що в них відбулися за останній період. Проаналізовано характерні особливості реформи фінансової системи ЄС. На основі узагальнення європейського досвіду побудови системи регулювання фінансово-банківського сектора встановлено сучасні напрями вдосконалення системи регулювання та нагляду.*

*Ключові слова: банківський нагляд, банківське регулювання, фінансовий ринок, банківська система, мегарегулятор, макропруденційний нагляд, фінансова криза.*

H. R. BALLYANT

Ternopil National Economic University

## NEW APPROACHES TO THE ORGANIZATION REGULATION AND SUPERVISION OF THE FINANCIAL SECTOR EU COUNTRIES IN OVERCOMING CONSEQUENCES OF THE FINANCIAL AND ECONOMIC CRISIS

*This article deals with the concept of banking regulation and supervision. Tasks, objectives and functions of regulative and supervisory bodies. The characteristic of existing models of institution-building system of banking regulation and supervision, and highlights the main changes that have taken place in them for the last time. Characteristic features of the reform of the financial system of the EU. On the basis of summarizing the European experience of building a system of regulation of financial and banking industry has modern trends to improve regulation and supervision.*

*Keywords: banking supervision, banking regulation, financial market, banking system, mega regulator, macro-prudential supervision, financial crisis.*

### Вступ

Банківська система першою реагує як на піднесення економіки, так і на наближення її спаду, відображає фінансово-економічний стан країни, адже банки можуть надавати повноцінні послуги та забезпечувати високу рентабельність своєї діяльності тільки в умовах загальної фінансової стійкості економіки. Однак банки своєю діяльністю можуть спричинити погіршення стану економіки. Особлива економічна і соціальна роль, відведена банкам, відповідальність їх перед суспільством зумовили необхідність створення інституту банківського нагляду. Нагляд і регулювання банківської діяльності покликані забезпечити стійке функціонування банків та виконання ними важливих суспільних функцій.

Фінансова криза виявила недосконалість регулювання і нагляду за фінансовим сектором та їх невідповідність сучасним вимогам. Необхідно підкреслити, що дана проблема має транснаціональний характер і притаманна як країнам з розвинутою ринковою економікою, так і державам з ринком, що формується. Відтак уроки кризи нині аналізують в усьому світі, зокрема виробляється політика щодо

реформування системи регулювання та нагляду за фінансовим сектором з метою підвищення його ефективності.

Питання організації банківського нагляду та регулювання досліджували зарубіжні та вітчизняні вчені, зокрема: П. Роуз, К. Радхер, Ф. Мишкіна, В. Масленников, Л. Примостка, А. Мороз, К. Раєвський, О. Любуць, С. Науменкова, А. Муричев, С. Міщенко. Проте проблематика щодо перспектив стабільного функціонування ринку фінансових послуг у частині його регулювання багатогранна і не втрачає своєї актуальності з огляду загальносвітових тенденцій та закономірностей розвитку фінансового ринку.

Метою статті є дослідження проблем, пов'язаних із реформуванням системи регулювання та нагляду за фінансовим сектором для забезпечення її ефективності у майбутньому.

Під регулюванням банківської діяльності розуміють розробку та видання уповноваженими органами певних правил та інструкцій, що базуються на діючому законодавстві і визначають структуру та способи здійснення банківської справи. Це, по суті, комплекс заходів, за допомогою яких наглядовий орган забезпечує стабільне, ефективне та надійне функціонування банків, запобігає дестабілізуючим процесам у банківському секторі.

Нагляд за діяльністю банків передбачає цілісний і неперервний нагляд за здійсненням банками своєї діяльності відповідно до діючого законодавства та інструкцій [1, с. 208]. Основна мета банківського нагляду полягає у своєчасному реагуванні на порушення та негативні тенденції у діяльності банків для забезпечення їх нормалізації, укріплення фінансового стану банківських установ, підтримки стабільності та надійності як кожного банку, так і банківської системи загалом.

В останні роки значних змін зазнали моделі реалізації наглядових функцій, однак ці зміни практично не вплинули на цілі наглядових органів, які можна звести до наступних:

- забезпечення грошової і фінансової сталості та застосування заходів з фінансового оздоровлення і санації банків;
- підтримання ефективності діяльності банків шляхом встановлення вимог до якості їх капіталу й активів;
- здійснення оцінки внутрішнього контролю, якості управління ризиками, внутрішніх банківських операцій і фінансового стану;
- захист інтересів вкладників [3, с. 7].

Ефективність банківського регулювання та нагляду залежить від того наскільки чітко визначені завдання, що стоять перед відповідними регулятивно-наглядовими органами, а також як добре ці завдання розуміють і підтримують органи, що розробляють економічну політику держави і несуть відповідальність за її реалізацію.

До основних завдань банківського регулювання і нагляду належать:

- забезпечення стабільності та надійності банківської системи;
- захист інтересів вкладників;
- створення конкурентного середовища;
- забезпечення прозорості політики та діяльності банків;
- підтримання необхідного рівня стандартизації та професіоналізму в банківському секторі.

Перегляд цілей і завдань регулювання та нагляду в посткризовий період відбувається в багатьох країнах. До завдань центральних банків додано функцію забезпечення фінансової і макроекономічної стабільності, що вимагає розширення повноважень центрального банку та підвищення його інституційної й операційної незалежності.

Слід зазначити, що у різних країнах склалися власні підходи побудови системи банківського регулювання та нагляду, які визначаються особливостями історичного та економічного розвитку тієї чи іншої країни, традиціями і, значною мірою, характером банківської системи. Крім того, під впливом глобалізаційних чинників відбувається поєднання міжнародних та національних особливостей банківського регулювання та нагляду.

Розглядаючи різні моделі побудови системи регулювання та нагляду за діяльністю банків, однозначних висновків щодо надання переваг тій чи іншій моделі зробити не можливо, оскільки кожна з них має свої переваги і недоліки. Здійснюючи вибір моделі, зупиняються на тій, яка буде ефективною, дієвою і відповідатиме структурі фінансової сфери країни та особливостям її національної банківської системи. Характеризуючи підходи до інституційної побудови системи державного регулювання фінансової сфери в цілому та банківської зокрема умовно виділяють три основні моделі наглядових систем: за секторами (секторну), за завданнями та модель єдиного нагляду.

Секторна модель передбачає розподіл функцій наглядових органів за окремими секторами фінансового ринку – банківським, страховим і фондовим. Секторна модель дає змогу регулювати окремі сегменти фінансового ринку з врахуванням специфіки їх діяльності. Разом з тим, за такої моделі не завжди можна досягти узгодженості в діяльності регуляторних органів щодо одновекторної політики у фінансовій сфері.

Відповідно до моделі за завданнями (моделі двох вершин) обов'язки наглядових органів розподілені на основі завдань і функцій нагляду: на пруденційний нагляд за діяльністю фінансових посередників та на регулювання бізнесу у фінансовій сфері.

Згідно з моделлю єдиного нагляду єдиний наглядовий орган (мегарегулятор) здійснює регулювання та нагляд за всіма фінансовими посередниками грошового ринку. Вперше такий орган було створено у Швеції у 1991 р. На сьогодні не існує єдиної моделі фінансового мегарегулятора як з позиції концентрації наглядових функцій щодо різних фінансових посередників грошового ринку, так і з погляду інституційної структури. В деяких країнах ці функції виконує центральний банк, в інших країнах – єдиний наглядовий орган відокремлено від центрального банку і він є незалежним спеціалізованим наглядовим органом.

Створенню мегарегуляторів сприяли економічні зміни на фінансових ринках, які потребували адекватної відповіді від органів влади і були спрямовані на забезпечення стабільності фінансових систем. Нові структури фінансового нагляду дозволяють повною мірою досягти синергетичного ефекту. В результаті злиття всіх раніше існуючих наглядових структур в єдиний орган було узагальнено знання і досвід фахівців, що особливо важливо у зв'язку з конвергенцією фінансових продуктів універсальних фінансових концернів. Відпала необхідність координації дій між різними відомствами, що раніше призводило до втрати часу.

Отже, у світовій практиці застосовуються різні моделі інституціональної побудови системи банківського регулювання та нагляду. Проте дуже важливо, щоб регулятивно-наглядові органи мали всі необхідні повноваження, передбачені на законодавчому рівні, для ефективного виконання поставлених перед ними завдань. До основних повноважень регулятивно-наглядових органів країн з ринковою економікою належать такі:

- регулювання доступу до банківської системи. Це означає можливість, по-перше, визначати певні вимоги й умови, що є обов'язковими для отримання ліцензії на право здійснювати банківську діяльність, і, по-друге, здійснювати нагляд за дотриманням цих вимог та умов;
- забезпечення розумного регулювання діяльності банків, тобто такого, яке, з одного боку, не обмежує їх самостійності в підтримуванні фінансової стабільності, а з іншого – передбачає певні вимоги до банків, наприклад, стосовно адекватності капіталу, ліквідності, дотримання нормативів, що регламентують банківські ризики;
- регулярне отримання від банків звітності і проведення інспекційних перевірок у банках;
- застосування заходів примусового впливу щодо проблемних банків, зокрема заборона оголошення і виплати дивідендів, накладення штрафів тощо;
- контролювання неплатоспроможних банків, призначення в них тимчасової адміністрації, призупинення їх діяльності, організація реорганізації та ліквідації таких банків.

Як бачимо з вище наведеного наглядово-регуляторні органи мають достатньо повноважень для забезпечення стабільного функціонування фінансової сфери. Однак в докризовий період банківський сектор нагромадив значні обсяги індивідуальних ризиків, виявився слабо регульованою ланкою фінансової системи. Відтак теорія “розсіювання ризиків”, якою багато років керувались фінансисти, вважаючи, що шляхом хеджування індивідуальних ризиків можна уникнути системних потрясінь, не підтвердилась. Методологія і інструменти прогнозування системних ризиків та криз були недостатньо розробленими або взагалі відсутніми [2].

Крім того регулятивно-наглядові заходи центральних банків та урядів застосовувались здебільшого до комерційних банків в той час як діяльність переважної більшості небанківських фінансово-кредитних установ, перебуваючи поза увагою регуляторів, створювала значні ризики. І хоча центральні банки й звертали увагу на динаміку цін активів небанківських установ, однак перед ними не стояло завдання обмежувати, так звані, “бульбашки” фінансових ринків, що стало однією з домінуючих причин сучасної фінансово-економічної кризи [4, с. 24]. Аналізуючи наслідки останньої, можемо констатувати той факт, що регулятивно-наглядові органи, не врахувавши реальні проблеми розвитку фінансового сектору, виявились неспроможними попередити назрівання кризових явищ у ньому, а також оперативно і адекватно реагувати на прояви кризи. Їхні дії зводилися до подолання кризових наслідків, що супроводжувалося значними витратами грошових ресурсів. До останнього часу висока вартість проведення регулятивних заходів була однією із причин домінування ринкових стимулів над регуляторними обмеженнями. Криза показала необхідність посилення контролю за діяльністю фінансових установ, зміни підходів до банківського нагляду, і не тільки інституціональних, а насамперед впровадження сучасних інструментів нагляду щодо упередження проведення банками високо ризикової діяльності.

Сучасні погляди на забезпечення стійкого і безперервного функціонування світового фінансового ринку зводяться до створення системи макропруденційного нагляду, спроможного забезпечити комплексний аналіз фінансового ринку і, відповідно попередити назрівання криз в майбутньому. Суть макропруденційного нагляду полягає у проведенні постійного моніторингу і комплексного аналізу взаємозв'язків всередині фінансової системи, її взаємодії з реальним сектором, бюджетною сферою, а також з тенденціями розвитку світових фінансових і товарних ринків з метою виявлення і попередження системних ризиків [2].

Як свідчить світовий досвід в інституційній структурі та механізмах регулювання й нагляду за фінансовим сектором відбулися показові зміни. Зокрема, посилюються тенденції відходу від секторної моделі нагляду до моделі єдиного наглядового органу. З кінця 90-х рр. минулого століття від секторної

моделі відмовилися 13 європейських країн. Зокрема, в Німеччині з 2002 р. почала діяти нова система нагляду за фінансовими посередниками. Згідно із законом про нагляд за сектором фінансових послуг органи банківського, страхового і біржового нагляду були об'єднані в нове Федеральне відомство фінансового нагляду. У Великобританії в 1997 р. створено новий регулятивно-наглядовий орган – Управління з фінансових послуг з повноваженнями нагляду за діяльністю всіх фінансових посередників грошового ринку – банків, страхових та інвестиційних компаній, будівельних товариств тощо.

Зазначені зміни структури наглядових органів обумовлені низкою чинників, головними серед яких є такі:

- 1) посилення координації зусиль та уніфікації відповідальності наглядових органів в умовах інтеграції міжнародних фінансових ринків;
- 2) інституційне, технологічне, технічне, правове й функціональне ускладнення бізнесу у фінансовій сфері;
- 3) підвищення взаємозв'язку окремих складових фінансового сектору;
- 4) поява конгломератів, що об'єднують різні ринки фінансових послуг.

В посткризовий період мають місце тенденції жорсткішого регулювання фінансового сектору. Деякі країни застосовують безпрецедентні антикризові заходи. Йдеться про посилення тенденції переходу багатьох країн до інтегрованих систем регулювання шляхом повного або часткового об'єднання функцій контролю та регулювання ринків банківських послуг, страхових послуг та цінних паперів, що дозволяє узгоджувати ризики фінансового сектора з економічним циклом реального сектора. Так, впродовж 2008–2010 рр. відбулися зміни у системах регулювання фінансових секторів Бельгії, Великобританії, Греції, Ірландії, Іспанії, Італії, Литви, Португалії, Франції, Швейцарії. Зміни стосувалися посилення ролі центральних банків у системах регулювання та нагляду. На сьогодні з 27 країн-членів ЄС у 19 країнах центральні банки беруть безпосередню участь у регулюванні і надгляді. На базі центрального банку створено єдиний регулятор у Ірландії, Литві, Люксембурзі, Нідерландах, Португалії, Словаччині, Франції та Чехії, та ще у 8 країнах створено єдиний незалежний регулятор [4, с. 25; 2]. Таким чином, система єдиного регулятора фінансового сектору з посиленням у цьому процесі ролі центрального банку, стала домінуючою, що безперечно сприятиме забезпеченню фінансової стабільності [3, с. 25].

Розглянемо детальніше зміни, що відбулися в наглядових системах країн-членів ЄС.

В Португалії центральний банк наділено функцією нагляду за банками і фінансовими компаніями, що узаконено з 2008 р., а в Італії створено незалежний підрозділ центрального банку – Банку Італії – Financial Intelligence Unit.

Від секторної моделі регулювання відмовилась Греція. У 2010 р. Банк Греції, як єдиний мегарегулятор, почав здійснювати нагляд за банками та небанківськими фінансово-кредитними установами в розрізі прозорості їх діяльності, ліквідності, адекватності внутрішнього аудиту та концентрації ризиків.

У Литві у 2010 р., аналогічно як у Греції, відбулися процеси злиття трьох секторних органів нагляду і регулювання в єдиний регулятор фінансового ринку, який функціонує в структурі центрального банку як його департамент.

З 2010 р. законодавчо закріплено створення Комісії в складі Центрального банку Ірландії та надано їй право здійснювати регулювання всього фінансового сектору. Цього ж року у Франції було створено Службу пруденційного контролю, яку очолив керуючий Банку Франції. Це орган, який, співпрацюючи з Банком Франції, здійснює ліцензування і нагляд за всіма учасниками фінансового сектору, сектору платіжних та інвестиційних послуг.

У Великобританії в 2010 р. було оголошено план зміни системи регулювання. Для проведення пруденційного регулювання депозитних установ, страхових компаній, інвестиційних банків було створено Службу пруденційного регулювання, яка входить до складу Банку Англії, та Орган захисту споживачів і ринків, який регулює діяльність всіх фінансових установ, включаючи й ті, нагляд за якими здійснює Служба пруденційного регулювання.

Вивчення існуючих підходів до організації банківського нагляду показало, що основними тенденціями розвитку механізму регулювання діяльності банків на сучасному етапі функціонування європейської фінансової системи є:

- по-перше, ускладнення інституційних форм організації нагляду за діяльністю банків і небанківських фінансових посередників;
- по-друге, поступовий перехід від формального до змістовного нагляду, що, в свою чергу, передбачає розвиток методів консолідованого і ризик-орієнтованого банківського нагляду, посилення макропруденційної складової наглядового процесу;
- по-третє, система єдиного регулятора фінансового сектору з посиленням у цьому процесі центрального банку стає домінуючою.

Таким чином, нині має місце загальносвітова тенденція уніфікації і гармонізації стандартів на фінансових ринках. Зокрема в системі європейського фінансового нагляду і регулювання відбуваються структурні та інституційні зміни, які головним чином стосуються перегляду ролей, що були відведені європейським регуляторам до кризи, реформуванню наглядового каркасу на наднаціональному рівні. В

докризовий період ключова роль в європейській системі нагляду і регулювання була відведена Європейському центральному банку (ЄЦБ). Основним завданням якого було підтримання низького рівня інфляції в країнах ЄС. Однак фінансово-економічна криза зумовила необхідність активізації раніше менш значимої функції ЄЦБ – підтримання стійкості фінансових ринків. Так, у 2010 р. розпочав свою роботу Європейський комітет з системних ризиків (A European Systemic Risk Board, ESRB), створений при ЄЦБ. Основними завданнями його діяльності є: раннє виявлення фінансових проблем, подолання можливих негативних наслідків, здійснення координації діяльності нових органів регулювання та нагляду за діяльністю фінансових ринків, створених на початку 2011 р. (Європейської банківської адміністрації, Європейської страхової та пенсійної адміністрації, Європейської ринкової та облігаційної адміністрації).

Лідери ЄС пропонують реформи фінансової системи співтовариства, спрямовані на попередження майбутніх криз. З цією метою пропонується внести в регулятивну політику значні зміни. Зокрема вони стосуються впровадження централізованого нагляду над банками і забезпечення надійного захисту платників податків від їх можливих банкрутств банківських установ. Для цього Європейська Комісія висунула ідею про створення пан'європейської системи банківського нагляду, об'єктами якої мають стати 6 тис. кредитних установ еврозони, а в перспективі – біля 8 тис. фінустанов ЄС. Її суть полягає у тому, що Європейський центральний банк повинен отримати статус єдиного органу банківського нагляду, що контролює фінансовий стан регіональних фінансових установ, і одночасно основним джерелом антикризового фінансування (рис.1). На переконання Європейської Комісії, ЄЦБ, на відміну від національних органів банківського нагляду, є нейтральним інститутом, який зможе регулювати діяльність банків більш чітко і неупереджено і, відповідно, забезпечувати безумовне виконання ними всіх вимог і нормативів та запобігати новим банкрутствам. ЄЦБ контролюватиме діяльність фінустанов, які отримали від нього фінансову допомогу з початку 2013 року, решту – з 1 січня 2014 року [5, с. 8]. Національні наглядові органи, яким ЄЦБ може делегувати окремі свої повноваження, виконуватимуть його рішення і директиви.

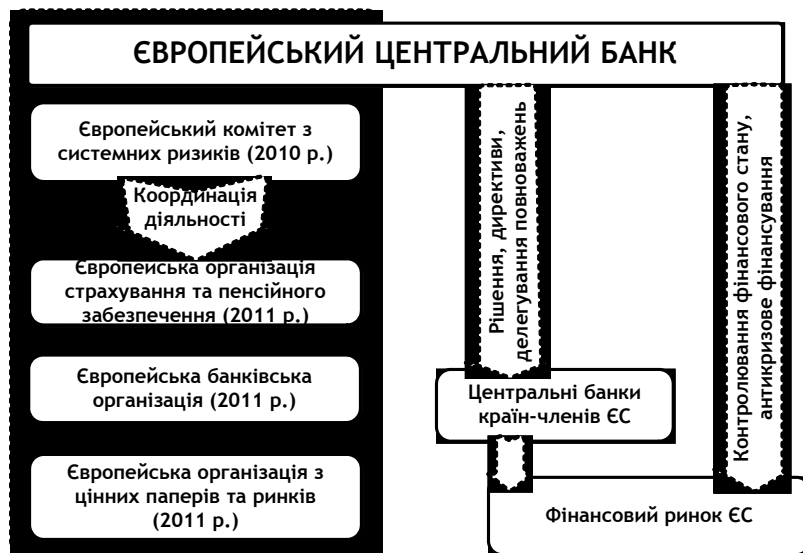


Рис. 1. Схема організації централізованого нагляду Європейським центральним банком

Проведення зазначеної реформи переслідує такі цілі:

- розширення і посилення стандартів нагляду;
- застосування заходів, спрямованих на захист внутрішнього ринку від негативних наслідків фінансової кризи, які би базувались на єдиних правилах (the single rule-book);
- збільшення можливостей ідентифікації макропруденційного ризику за рахунок концентрації функції з його ідентифікації в спеціально створеному наглядовому органі [5, с. 9].

Регулятивна діяльність ЄЦБ буде відмежована від діяльності з надання фінансування проблемним країнам і проблемним фінустановам з метою запобігання появи внутрішніх конфліктів.

Аргументи на користь створення єдиної європейської системи банківського регулювання на чолі з ЄЦБ є доволі вагомими. По-перше, крахи великих фінансових інститутів в ЄС викликають сумніви щодо ефективної роботи національних регуляторів. По-друге, на думку експертів, щоб попередити повторення кризових ситуацій у банківському секторі, необхідно перейти до надання банкам фінансової допомоги безпосередньо від європейських інститутів, оминаючи національну ланку. Однак, якщо централізовані структури візьмуть на себе повноваження підтримання стабільності регіональної банківської системи, то вони повинні мати можливість вживати заходи для попередження кризових ситуацій.

Разом з тим, створення пан'європейської системи банківського нагляду може зіштовхнутися з

певними перепонами. Зокрема, ЄЦБ не матиме можливості здійснювати ефективний нагляд за всіма банками Єврозони. Необхідно буде терміново залучити декілька тисяч кваліфікованих фахівців із національних регулятивних структур, які знатимуть національну специфіку різних країн.

Таким чином, сучасні зміни у банківському регулюванні і нагляді повинні бути спрямовані на забезпечення фінансової стійкості банківського сектору, підвищення ефективності функціонування, забезпечення умов розвитку економіки, що, в свою чергу, може бути досягнуто шляхом вдосконалення правових основ банківської діяльності. Очевидно, що тільки спільні зусилля всіх учасників процесу регулювання і нагляду будуть сприяти формуванню якісного і несуперечливого регулятивно-наглядового процесу.

На сьогодні експертами в сфері банківського регулювання і нагляду з метою приведення банківського нагляду у відповідність сучасним вимогам і потребам пропонується:

- посилення державного регулювання і нагляду за банківською діяльністю, фінансовими ринками і, навіть, фінансовими продуктами;
- впровадження в центральних банках і незалежних мегарегуляторах систем макропруденційного аналізу з метою моніторингу макроекономічної ситуації, виявлення дисбалансів і розробки заходів з попередження системних ризиків;
- розширення повноважень центральних банків як головних регуляторів фінансового ринку;
- посилення контролю і регулювання діяльності фінансових інститутів і ринків, які отримують підтримку ліквідності;
- створення наднаціональних органів регулювання і нагляду.

#### Висновки

Вплив та наслідки кризових явищ надали нової гостроти дискусіям про вдосконалення регулювання фінансових ринків в цілому та банківського сектору зокрема. Як засвідчує досвід ЄС, уроки фінансово-економічної кризи не пройшли безслідно. На сьогодні, коли стають зрозумілими її масштаби, доводиться визнати, що принципи діяльності банків та інших фінансових інститутів, а також існуючі технології регулювання і нагляду не дозволяють захистити суспільство від подібних масштабних дисфункцій на фінансових ринках. Нині склалося розуміння того, що ефективне банківське регулювання повинне більшою мірою базуватися не на забезпеченні виконання банками кількісних нормативів, а на створенні мотивів для ведення банками свого бізнесу без нанесення шкоди кредиторам і вкладникам.

#### Література

1. Любунь О.С. Національний банк України: основні функції, грошово-кредитна політика, регулювання банківської діяльності : навчальний посібник / Любунь О.С., Любунь В.С., Іванець І.В. – К. : Центр навчальної літератури, 2004. – 351 с.
2. Мищенко С.В. Современные подходы к реализации монетарной политики и регулированию финансовых систем [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [http://eelibrary.finec.ru/materials\\_files](http://eelibrary.finec.ru/materials_files).
3. Мурычев А.В. Банковский надзор: каким ему быть? / А.В. Мурычев // Деньги и кредит. – 2007. – № 4. – С. 7–19.
4. Науменкова С. Нові тенденції в монетарній політиці та діяльності центральних банків у посткризовий період / С. Науменкова, С. Міщенко // Банківська справа. – 2011. – № 5. – С. 12–29.
5. Резник Г. В аварийном режиме / Г. Резник // Банковская практика за рубежом. – 2012. – № 7. – С. 6–12.
6. Шимкович В. Европа создает банковский союз / В. Шимкович // Банковская практика за рубежом. – 2012. – № 9. – С. 6–11.

#### References

1. Lyubun O.S. Nacionalnyj bank Ukrayiny: osnovni funkcii, hroshovo-kredytna polityka, rehuliuвання bankivskoi diialnosti / O.S. Lyubun, V.S. Lyubun, I.V. Ivanets: Navchalnyi posibnik. – K.: Tsentri navchalnoi literatury, 2004. – 351 s.
2. Mishchenko S.V. Sovremennye podkhody k realizatsii i regulirovaniu finansovykh system [Email resource]. – Access: [http://eelibrary.finec.ru/materials\\_files](http://eelibrary.finec.ru/materials_files).
3. Murychev A.V. Bankovskii nadzor: kakim emu byt? / A.V. Murychev // dengi i kredit. – 2007. – № 4. – С. 7–19.
4. Naumenkova S. Novi tendenciyi v monetarnii politutsi ta diialnosti centralnukh bankiv u postkruzovyi period / S. Naumenkova, S. Mishchenko // Bankivska sprava. – 2011. – № 5. – С. 12–29.
5. Reznik G. V avariinom rehime / G. Reznik // Bankivskaia praktika za rubezhom. – 2012. – №7. – С. 6–12.
6. Shymkovych V. Evropa sozdayot bankovskiy soizuz / V. Shymkovych // Bankivskaia praktika za rubezhom. – 2012. – №9. – С. 6–11.

Надійшла 11.09.2013; рецензент: д. е. н. Дзюблюк О. В.

**ФОРМУВАННЯ ЗАЛУЧЕНИХ РЕСУРСІВ БАНКАМИ УКРАЇНИ**

*Метою написання статті є проведення аналізу сучасних тенденцій у формуванні залучених банківських ресурсів та надання рекомендацій щодо розширення спектру діяльності комерційних банків у процесі формування ресурсів. Показана ключова роль залучених ресурсів у сукупних ресурсах банківських установ, проаналізовано обсяги залучених банківських ресурсів за різними критеріями: строками, секторами економіки, валютою. Розглянуто тенденції встановлення ціни на залучені кошти. Запропоновано шляхи покращення роботи банків з формування ресурсів на основі залучення коштів. Зроблено висновок про те що залучені ресурси банків відіграють важливу роль в економіці країни, а мобілізація залучених ресурсів вітчизняними банками має тенденцію до збільшення.*

*Ключові слова:* банки, залучені кошти, ресурси, ресурсна політика.

Y. M. HALITSEYSKA

Ternopil National Economic University

**FORMING OF THE ATTRACTED RESOURCES BY JARS OF UKRAINE**

*The purpose of writing of the article is a lead through of analysis of modern tendencies in forming of the attracted bank resources and grant of recommendations in relation to expansion of spectrum of activity of commercial banks in the process of forming of resources. The key role of the attracted resources is noted in the combined resources of bank institutions, the volumes of the attracted bank resources are analysed after different criteria: after terms, sectors of economy, currency. The tendencies of establishment of price are considered on the attracted money. The ways of improvement of work of banks are offered from forming of resources on the basis of bringing in of money. A conclusion is done about that the attracted resources of banks play an important role in the economy of country, and mobilization of the attracted resources has a tendency domestic jar to the increase.*

*Keywords:* jars, attracted money, resources, resource policy.

**Постановка проблеми.** Вихідним і вирішальним аспектом для планування стратегічних напрямів банківської діяльності є формування банками ресурсів, оскільки саме від обсягу залучених різного роду коштів залежить можливість банку здійснювати кредитні та інші активні операції. Для забезпечення свого стійкого розвитку й ефективного функціонування в умовах жорсткої конкуренції, банківські установи мають формувати ресурси переважно за рахунок залучень і позичок. Сутністю такого залучення коштів є проведення банком правильної ресурсної політики стосовно залучення нових клієнтів – фізичних та юридичних осіб, створення найсприятливіших умов для розміщення ними власних вільних коштів саме в цій кредитній установі, підтримання банком своєї кредитоспроможності на достатньому рівні та можливість отримання додаткових коштів на міжбанківському ринку для забезпечення ліквідності та підтримання фінансової стійкості.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Практичні та теоретичні аспекти формування ресурсів банків вивчалися зарубіжними й вітчизняними науковцями. Вивченню питань формування банківських ресурсів багато уваги приділено у роботах таких зарубіжних економістів, як Н.Г. Антонов, І.Т. Балабанов, Ю.А. Бабичева, Дж.Е. Доллан, С.Ф. Жуков, В.І. Колесников, Л.П. Кролівецька, Т. Кох, О.І. Лаврушин, Г.С. Панова, П.С. Роуз, Дж.Ф. Сінкі, А. Сміт, В.М. Усоскин та ін.

Значний внесок у дослідження цієї проблеми зробили українські вчені: О.Д. Василик, З.М. Васильченко, О.В. Васюренко, О.Д. Вовчак, А.П. Вожжов, А.С. Гальчинський, О.Д. Заруба, Г.Т. Карчева, П.В. Матвієнко, А.М. Мороз, В.І. Міщенко, М.Ф. Пуховкіна, К.Є. Раєвський, М.І. Савлук.

Відзначаючи значимість проведених наукових досліджень слід вказати, що дана проблема потребує додаткового дослідження, враховуючи стрімкий розвиток банківського бізнесу та новітні реалії української економіки в процесі реалізації ринкових перетворень.

**Постановка завдання.** Метою даної статті є проведення всебічного аналізу порядку формування залучених ресурсів банків України та визначення напрямів удосконалення цієї роботи. Для досягнення поставленої мети необхідно вирішити такі завдання:

- проаналізувати сучасні тенденції у формуванні залучених банківських ресурсів;
- розглянути основні джерела розширення напрямів залучення додаткових коштів банківськими установами;
- сформулювати практичні рекомендації щодо розширення спектру діяльності комерційних банків у процесі формування ресурсів.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** Зобов'язання вітчизняних банків станом на 01.08.2013 року становили 1029 млрд грн. Оскільки залучені ресурси становлять основу ресурсів банківських установ (рис. 1), основну увагу при здійсненні ресурсної політики банки зосереджують на формуванні саме залучених ресурсів, тому, з нашої точки зору, необхідним є проведення аналізу динаміки депозитних ресурсів вітчизняних банків за різними критеріями.

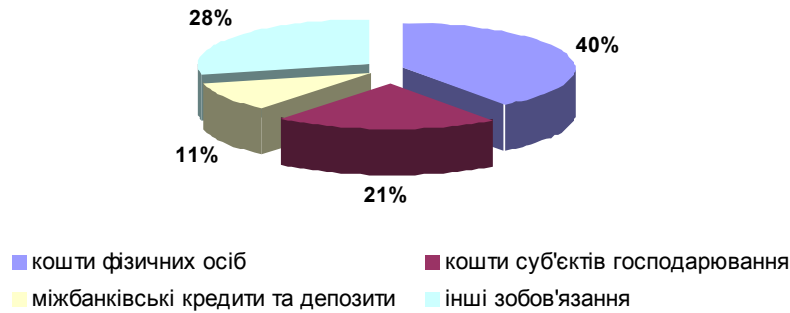


Рис. 1. Структура зобов'язань банків України станом на 01.08.2013 р.

Важливим моментом при плануванні стратегічних напрямів роботи банківської установи є формування залучених ресурсів, від обсягу яких залежить можливість банку проводити активні операції. Головним аспектом ресурсної політики банків при залученні ресурсів є підтримання належного рівня ліквідності, що, в свою чергу, визначає необхідність дотримання банками оптимальної структури залучених ресурсів, формування котрих постійно зазнає впливу як загальносвітових, так і внутрішніх економічних і політичних тенденцій в країні. Результатом такого впливу може стати перегрупування депозитів у бік скорочення їх термінів, що однозначно негативно позначатиметься на можливостях здійснювати довгострокові вкладення банківських установ.

Отже, аналізуючи стан депозитів за термінами залучення можна зазначити наступне: банківська система України починаючи з 2003 року демонструвала тенденції до збільшення питомої ваги строкових депозитів у загальному обсязі депозитів. Так, з 2003 до 2007 р. обсяг зазначених депозитів збільшився у 9 разів, або на 170669 млн грн (з 19802 млн грн до 190471 млн грн). Проте впродовж 2008–2009 рр. відбувалося скорочення обсягу зазначених депозитів (табл. 1).

Таблиця 1

**Зміни обсягів залучених банками України депозитів за термінами, станом на кінець року  
(розраховано автором за даними [1, 2])**

| Види депозитів за термінами залучення | 2008 р.       |                          | 2009 р.       |                          | 2010 р.       |                          | 2011 р.       |                          | 2012 р.       |                          | 01.08. 2013 р. |                          |
|---------------------------------------|---------------|--------------------------|---------------|--------------------------|---------------|--------------------------|---------------|--------------------------|---------------|--------------------------|----------------|--------------------------|
|                                       | млн грн.      | у % до попереднього року | млн грн.      | у % до попереднього року | млн грн.      | у % до попереднього року | млн грн.      | у % до попереднього року | млн грн.      | у % до попереднього року | млн грн.       | у % до попереднього року |
| Депозити до запитання                 | 107589        | 115,19                   | 119793        | 111,34                   | 152477        | 127,29                   | 174959        | 114,75                   | 185314        | 105,92                   | 205683         | 110,99                   |
| Строкові депозити                     | 252151        | 132,38                   | 235160        | 93,26                    | 264173        | 112,34                   | 316797        | 119,92                   | 387028        | 122,17                   | 422691         | 109,21                   |
| із них терміном понад 2 роки          | 36897         | 156,14                   | 19378         | 52,52                    | 23956         | 123,63                   | 29907         | 124,85                   | 35219         | 117,76                   | 23462          | 66,61                    |
| <b>Усього</b>                         | <b>359740</b> | <b>126,72</b>            | <b>334953</b> | <b>98,67</b>             | <b>416650</b> | <b>124,39</b>            | <b>491756</b> | <b>118,03</b>            | <b>572342</b> | <b>116,39</b>            | <b>628374</b>  | <b>109,79</b>            |

Означені негативні тенденції були спричинені панікою серед вкладників банків, пов'язаною з розгортанням кризових явищ як у світовій, так і у вітчизняній економіці. За два місяці 2008 р. населенням знято з рахунків 33 млрд грн, що у 8 разів перевищило показники 2004 року, а в цілому за рік після розгортання кризи – 60 млрд грн [4, с. 91].

Відновлення та розвиток економіки потребуватиме довготермінових вкладень, а відповідно банківським установам необхідно мати у розпорядженні довгострокові ресурси. Тенденція 2009–2013 років до збільшення вкладів до запитання пояснюється передусім недовірою до банківської системи з боку вкладників і бажанням будь-якого моменту мати доступ до своїх коштів. Так домашні господарства перестраховувались від несподіваних ситуацій, а підприємства традиційно потребували вільного доступу до своїх коштів, оскільки їхня поточна діяльність вимагає оперативного здійснення розрахунків, що в кризових умовах дедалі актуалізується. Метою ресурсної політики банку в цій ситуації має стати остаточне відновлення довіри домашніх господарств до установ банків та розроблення нових депозитних продуктів, що дало б змогу залучати більше коштів клієнтів на строковій основі.



У загальній структурі депозитів протягом проаналізованого періоду суттєво переважали депозитні вклади фізичних осіб, обсяги яких продовжують постійно зростати (рис. 2).

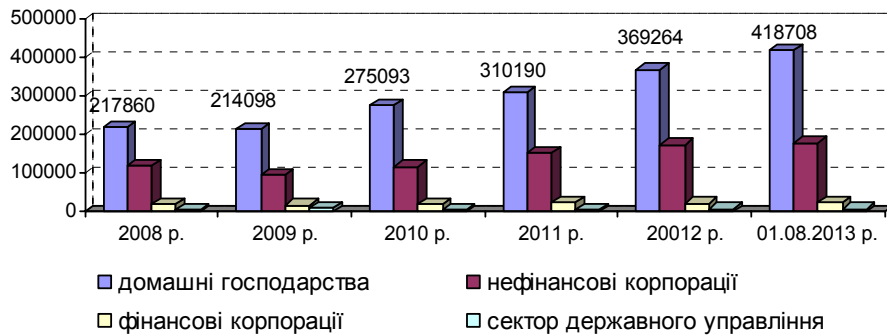


Рис. 2. Обсяги депозитів, залучених банківськими установами України за секторами економіки (станом на кінець року), млн грн. [1, 2]

Так, обсяг депозитів фізичних осіб за 2006–2011 рр. збільшився у 2,6 рази (або на 193437 млн грн), на кінець 2012 р. досягнув 369264 млн грн, а вже станом на 01.08.2013 р. обсяг депозитів становив 418708 млн грн зростання обсягів залучених банками коштів фізичних осіб пояснюється стабілізацією загальної ринкової ситуації та відсутністю у вкладників альтернативних напрямків вкладання коштів. Збільшення обсягів депозитів фізичних осіб поряд зі збільшенням частки строкових зобов'язань (рис. 3) виступає позитивним фактором у фінансовій стабілізації банківської системи України та свідчить про відновлення довіри до банківських установ.

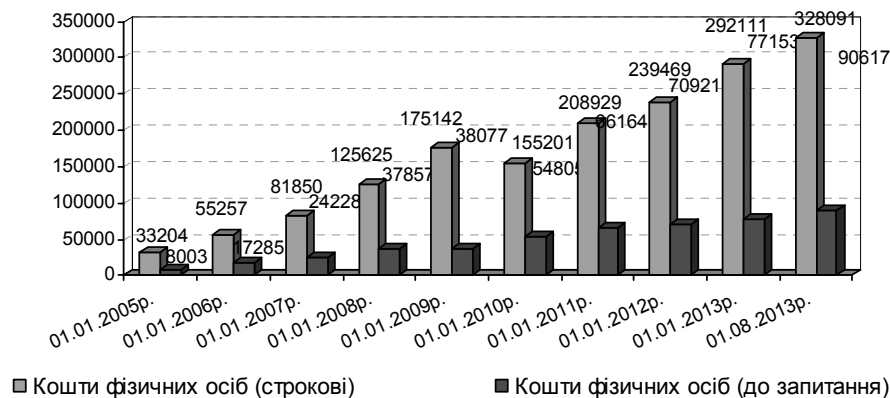


Рис. 3. Динаміка коштів фізичних осіб (за строками), млн грн. [1, 2]

Наведені дані ще раз підтверджують надзвичайно важливу роль заощаджень населення у формуванні банківських ресурсів, а відтак і розвитку економіки країни, тому при розробці і реалізації ресурсної політики банку особливо пильної уваги потребує робота з населенням.

Крім недовіри з боку населення та небажання останніх віддавати свої кошти на довгий строк, на стан залучення банками коштів впливає й ряд інших причин, зокрема Цивільний кодекс України фактично всі вклади прирівнює до вкладів до запитання. Так, у пункті 2 статті 1060 ЦК України визначено, що «за договором банківського вкладу, незалежно від його виду, банк зобов'язаний видати вклад або його частину на першу вимогу вкладника, крім вкладів, зроблених юридичними особами на інших умовах повернення, які встановлюються договором» [3]. Такі ж вимоги й до ощадних (депозитних) сертифікатів [3, ст. 1060 п. 2]. Такі положення ЦК України практично зводять строкові ресурси до ресурсів до запитання, що суттєво підриває стабільність банківських ресурсів і ставить під загрозу ліквідність як окремих банківських установ, так і банківської системи загалом. На нашу думку, ці положення ЦК України потребують коригування, з метою чіткого розмежування строкових вкладів і вкладів до запитання, що має гарантувати банківським установам стабільність сформованих строкових ресурсів.

Залучення банками коштів фізичних та юридичних осіб традиційно відбувається як у національній, так і іноземній валюті. Вклади у іноземній валюті практикує більшість банківських установ. Головною умовою цього є отримання ліцензії Національного банку України на здійснення валютних операцій. Серед депозитів у іноземній валюті найпоширеніші вклади в американських доларах та євро. Необхідність відкриття таких рахунків для вкладників пояснюється можливістю одержання доходів або фінансування витрат в іноземній валюті.

Проаналізуємо зміни у структурі депозитів фізичних та юридичних осіб, що банки України залучають в національній та іноземній валюті (рис. 4).

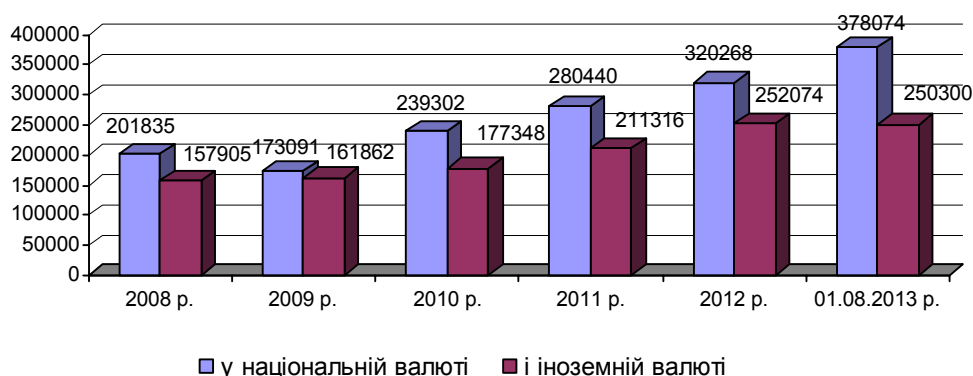


Рис. 4. Депозити, залучені банками України за видами валют на кінець року, млн грн. [1, 2]

Наведені дані свідчать, що в структурі депозитів за видами валют у банківській системі України протягом аналізованого періоду переважали депозити в національній валюті. Частка коштів, залучених банками в національній валюті впродовж останніх років коливалася в межах 52%–67% в загальному обсязі депозитів. Найнижчі показники спостерігалися в період фінансової кризи, що можна пояснити девальвацією національної грошової одиниці, інфляцією, політичною нестабільністю та небажанням вкладників у такій ситуації втрачати заощадження. Нормалізація ситуації на валютному ринку, стабілізація загальної ситуації позитивно вплинули на залучення коштів у національній валюті. З початку 2010 р. триває тенденція до збільшення обсягу депозитних зобов'язань у національній валюті з одночасним зменшенням зобов'язань в іноземній валюті, що й зумовило зміни в структурі депозитів за видами валют.

Залучення банківськими установами коштів на рахунки відбувається за ініціативи клієнтів, банк, займаючи пасивну позицію може вплинути на бажання клієнтів за допомогою маркетингових прийомів, однак найголовнішим важелем впливу на поведінку клієнтів залишається відсоткова політика, оскільки одержання прибутків від вкладених коштів стає для клієнтів важливим стимулом розміщення своїх коштів на банківських рахунках. Розмір депозитного відсотка банківська установа встановлює самостійно, враховуючи облікову ставку Національного банку України, стан грошового ринку і власну ресурсну політику. На практиці це означає, що, підвищуючи процентну ставку за депозитними угодами, банк за рахунок зростання пропозиції з боку клієнтів збільшує свої ресурси, а зниження процентної ставки призводить до відтоку коштів. Дану ситуацію ми можемо побачити з таблиці 2.

Таблиця 2

## Середньозважені ставки в річному обчисленні за депозитами, що залучили вітчизняні банки (%) [1, 2]

| Вид депозиту / Процентна ставка | 2006 р. (%) | 2007 р. (%) | 2008 р. (%) | 2009 р. (%) | 2010 р. (%) | 2011 р. (%) | 2012 р. (%) | 01.02.2013 р. (%) |
|---------------------------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------------|
| Суб'єктів господарювання        | 6,5         | 6,6         | 7,5         | 11,5        | 7,0         | 5,8         | 10,5        | 7,7               |
| До запитання                    | -           | -           | -           | -           | 8,5         | 5,1         | 7,7         | 7,9               |
| Строкових в т.ч.:               |             |             |             |             |             |             |             |                   |
| До 1 року                       | 5,7         | 5,5         | 6,5         | 11,3        | 5,1         | 5,8         | 11,8        | 7,4               |
| Від 1 до 2 років                | 8,1         | 8,4         | 10,7        | 12,2        | 10,9        | 7,4         | 8,6         | 14,7              |
| Понад 2 роки                    | -           | -           | 8,1         | 12,1        | 13,2        | 9,0         | 14,6        | 8,0               |
| Фізичних осіб                   | 6,9         | 7,4         | 8,7         | 12,3        | 11,4        | 11,6        | 11,9        | 14,2              |
| До запитання                    | 2,3         | 2,5         | 3,1         | 5,2         | 6,1         | 4,6         | 5,7         | 6,3               |
| Строкових в т.ч.:               |             |             |             |             |             |             |             |                   |
| До 1 року                       | 9,7         | 10,0        | 12,8        | 14,4        | 12,9        | 11,4        | 13,2        | 15,9              |
| Від 1 до 2 років                | 11,6        | 11,7        | 13,1        | 15,9        | 14,3        | 12,8        | 12,5        | 13,6              |
| Понад 2 роки                    | -           | -           | 13,3        | 14,1        | 14,1        | 12,9        | 12,4        | 14,5              |

Значно менше юридичні особи вкладають свої кошти в довготермінові депозити. Для більшості суб'єктів господарської діяльності важливим є безперешкодний доступ до власних коштів, а також швидкість перерахування грошей на рахунки своїх ділових партнерів. Даний тип клієнтів не має на меті отримання процентного доходу від банків, що відображено у розподілі відсоткових ставок – за депозитами терміном дії понад 2 роки банки пропонують відсоток, що майже відповідає відсотку за депозитами до запитання фізичних осіб (див. табл. 2).

Відсоткові ставки підвищилися у 2008 р., що було спричинено кризовим станом економіки та

виникненням проблеми відпливу депозитів; найвищі відсоткові ставки запропонували банки в 2009 р., саме тоді економічна криза досягла свого піку, а банки впритул підійшли до проблеми ліквідності, втративши довіру населення. Нестабільна соціально-політична ситуація загострювала проблему, а відтак гостра нестача ресурсів спонукала банки боротися за збереження існуючих вкладників і заохочувати нових клієнтів ціновими методами.

Початок 2010 р. охарактеризувався стабілізацією ситуації в банківському секторі, що відобразилося на рівні відсоткових ставок за депозитами. Потреба банків у довгострокових ресурсах залишається актуальною, тому процентні ставки за довгостроковими депозитами практично не змінилися.

Загалом ринок залучення коштів клієнтів на рахунки банківських установ динамічно розвивається та відповідно реагує на зміни у економічній ситуації в країні.

Відіграючи найважливішу роль у діяльності банківських установ, мобілізація залучених ресурсів та проведення депозитних операцій мають наступні недоліки:

1) операції щодо залучення коштів у вклади пов'язані зі значними маркетинговими зусиллями, грошовими і матеріальними витратами банківських установ, однак не дають банкові змоги в разі необхідності оперативно отримувати грошові кошти для активних операцій, здійснення непередбачених платежів;

2) ініціатива залучення коштів у вклади належить вкладникам коштів, тому досягти додаткового залучення в короткі терміни часто важко, а то й неможливо;

3) загальний обсяг тимчасово вільних грошових коштів у рамках того сегмента ринку (або географічного району), на якому діє окрема банківська установа, об'єктивно обмежений.

Конкуренція у банківській галузі надзвичайно загострилася, а тому постійний пошук і впровадження нових видів депозитних продуктів стає для багатьох банків питанням не лише лідерства, а й виживання. Пошук напрямків вдосконалення ресурсної політики щодо депозитного обслуговування банками клієнтів можуть сприяти розширенню сфери діяльності банків в Україні, їх адаптації до нових ринкових умов і зростаючих потреб клієнтури у повноцінному комплексі послуг, адекватному вимогам сучасного стану економіки.

Так, із розвитком сучасних технологій у банківській практиці доцільніше користуватися віддаленим (дистанційним) банківським обслуговуванням фізичних і юридичних осіб через банкомати, управління рахунком (банкінг) через телефон, інтернет тощо. Технологія дистанційного управління передбачає надання клієнтом розпоряджень банку щодо його власного рахунку через засоби дистанційної комунікації. За допомогою цього виду обслуговування клієнт матиме змогу здійснювати практично всі операції, пов'язані з банківським обслуговуванням. Основним напрямом розвитку банківського дистанційного обслуговування клієнтів мають стати такі канали просування банківських послуг, як маркетинг через інтернет, інтерактивні філії, мобільний банкінг, всесвітня телевізійна мережа (Web-TV).

Найперспективнішим, із нашої точки зору, щодо мінімізації банківських витрат на формування ресурсів є використання мобільних телефонів у банківській практиці. На користь розвитку цього напрямку банківського бізнесу говорить те, що практично 90% дорослого населення користується послугами мобільних телефонів, до того ж досить активно, застосовуючи при цьому як новітні мобільні апарати – смартфони, так і сучасне програмне забезпечення. Крім того, мобільний банкінг спроможний охопити ті групи клієнтів, які не мають персональних комп'ютерів або постійного доступу до мережі інтернет.

Важливим напрямом підвищення ефективності роботи банків із залучення коштів клієнтів є вдосконалення традиційних напрямів роботи банківських установ щодо мобілізації тимчасово вільних коштів на фінансовому ринку. Зокрема це передбачає: проведення дослідження кола існуючих та потенційних клієнтів банку, аналіз джерел їх доходів і фінансові очікування, вплив коливання рівня цін з метою повного задоволення потреб клієнтів; розширення клієнтського сегменту банку за рахунок залучення представників малого бізнесу та молоді, як потенційних власників депозитних рахунків; розширення спектру продуктів та послуг, що надаються; розширення маркетингових прийомів щодо просування банківських продуктів; мінімізація витрат при формуванні банківських ресурсів.

**Висновки з проведеного дослідження.** Підбиваючи підсумок, можемо зробити висновок, що залучені ресурси займають найбільшу питому вагу в банківських ресурсах і, як основний елемент грошової маси залучені кошти банків відіграють важливу роль в економіці, а мобілізація залучених ресурсів вітчизняними банками має тенденцію до збільшення. Зростання ринку депозитних вкладів України більш як наполовину забезпечують за рахунок припливу коштів фізичних осіб, а відтак їх можна вважати основою банківських ресурсів.

Для підвищення конкурентоспроможності банківських установ, підтримання оптимального складу банківських ресурсів необхідно інтенсифікувати зусилля на залучення нових та утримання наявних клієнтів, оскільки значною мірою завдяки депозитам банк може формувати довготермінові та короткотермінові ресурси, на основі яких проводити активні операції та отримувати прибуток. Врахування новітніх світових тенденцій при розробленні нових депозитних продуктів зможе зменшити витрати на формування ресурсів банківської установи, а акцентування уваги банків на напрями роботи щодо оптимізації ресурсної політики банків, сприятимуть відновленню довіри вкладників до банківських установ, залученню більших обсягів

ресурсів, подоланню наслідків негативних тенденцій в економіці та підвищенню ефективності, як самого банку, так і банківської системи країни в цілому.

### Література

1. Статистичний бюлетень Національного банку України (електронне видання), серпень 2012 року [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.bank.gov.ua/Statist/elbul.htm>.
2. Статистичний бюлетень Національного банку України (електронне видання), липень 2013 року [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.bank.gov.ua/Statist/elbul.htm>.
3. Цивільний кодекс України. Закон від 10.01.2003 р. №435 –IV. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon1.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=435-15>.
4. Версаль Н. І. Особливості формування депозитних ресурсів банками України / Н. І. Версаль / Фінанси України. – № 12. – 2009. – С. 89–95.

### References

1. Statystychnyi byuletyn Natsionalnogo banku Ukrainy (elektronne vydannia), serpen 2012 roky [Elektronnyi resyrs]. – Rezhym dostypu : <http://www.bank.gov.ua/Statist/elbul.htm>.
2. Statystychnyi byuletyn Natsionalnogo banku Ukrainy (elektronne vydannia), serpen 2013 roky [Elektronnyi resyrs]. – Rezhym dostypu : <http://www.bank.gov.ua/Statist/elbul.htm>.
3. Tsyvilnyi kodeks Ukrainy. Zakon vid 10.01.2003 r. №435 – IV. [Elektronnyi resyrs]. – Rezhym dostypu : <http://zakon1.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=435-15>.
4. Versal N. I. Osoblyvosti formuvannia depozitnyh resursiv bankamy Ukrainy / Finansy Ukrainy. - Volume 12. – 2009. – pp.89-95.

Надійшла 19.09.2013; рецензент: д. е. н. Дзюблюк О. В.

УДК 336:65.012.32

М. В. КОРНЄЄВ

Дніпропетровський національний університет ім. О. Гончара

## РОЗРОБКА СИСТЕМИ КЛАСИФІКАЦІЇ ФІНАНСОВИХ ПОТОКІВ

*У статті досліджено та узагальнено підходи до розуміння фінансових потоків, визначено їх роль в економіці. Розглянуто основні характеристики та типологічні особливості фінансових потоків, виокремлено найбільш змістові їх класифікаційні ознаки. Визначено переваги та недоліки концептуальних підходів до розуміння фінансових потоків, характерні особливості цих підходів. Узагальнено етапи руху фінансових ресурсів в економіці та відповідні типи фінансових потоків залежно від цих етапів. Охарактеризовано існуючі фінансові потоки з мікро-, макроекономічної та глобальної точки зору, виявлено зв'язки між ними, обґрунтовано необхідність такої систематизації фінансових потоків на сучасному етапі економічного розвитку. Розроблено систему класифікації фінансових потоків, що адаптована до сучасних умов господарювання, на основі ряду класифікаційних ознак.*

*Ключові слова: фінансові потоки, фінансові ресурси, система, ознака, класифікація.*

M. V. KORNEYEV

Dnipropetrovsk national university of O. Gonchar

## DEVELOPMENT OF SYSTEM OF CLASSIFICATION OF FINANCIAL STREAMS

*The article analyzes and summarizes the approaches to the understanding financial flows, defines their role in the economy. The main characteristics and typological peculiarities of financial flows are observed, their most informative classification features are sorted out. The advantages and disadvantages of conceptual approaches to the understanding of financial flows, the characteristic features of these approaches are determined. The stages of movement of financial resources in the economy and the corresponding types of financial flows depending on these stages are generalized. The existing financial flows from the micro, macro and global point of view are characterized, the links between them are revealed, the necessity of such systematization of financial flows at the current stage of economic development is substantiated. A system for the classification of financial flows is developed, which is adapted to the modern conditions of management, based on a number of classification criteria.*

*Keywords: financial streams, financial resources, system, sign, classification.*

**Постановка проблеми.** В сучасних умовах господарювання діяльність суб'єктів підприємництва багато в чому залежить від безперервного руху та ефективного управління фінансовими потоками, оскільки підвищення ефективності руху товарних потоків досягається за рахунок поліпшення їхнього фінансового забезпечення. У зв'язку із необхідністю визначення ефективних способів управління фінансовими ресурсами різних суб'єктів підприємництва, актуальним питанням є розробка деталізованої, адаптованої до сучасних умов господарювання системи класифікації фінансових потоків.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Фінансові потоки виступають важливим та поширеним поняттям сучасної економічної науки та практики. Водночас, не дивлячись на поширеність його застосування в науковій літературі, простежується недостатня кількість досліджень, присвячених саме

класифікації фінансових потоків. Вклад у теоретичну розробку поняття фінансового потоку, виокремлення його типологічних та сутнісних характеристик внесли Г. Азаренкова [1], І. Вахович, І. Камінська [2], Е. Тютюнкін, К. Афашагов [5], питаннями класифікації займалися О. Данілов, Т. Паєнтко [3], Ю. Козак [4] та інші. Слід зазначити, що в літературі класифікація фінансових потоків проводилася здебільшого або з позиції окремого суб'єкта підприємництва, або на державному рівні, або з позиції світового господарства. Тому питання узагальненої системи класифікації фінансових потоків потребує подальшого та глибокого вивчення.

**Постановка завдання.** Метою статті виступає розробка узагальненої, деталізованої, адаптованої до сучасних умов господарювання системи класифікації фінансових потоків на основі найбільш змістовних класифікаційних ознак.

**Вклад основного матеріалу дослідження.** Здійснення класифікації фінансових потоків неможливе без визначення їх основних характеристик та чіткого розуміння сутності. Тому постає питання систематизації наявних підходів до визначення поняття фінансового потоку як економічної категорії (таблиця 1).

Розгляд фінансових потоків лише на мікро- або на макрорівні є неповним, оскільки їх рух досліджується в умовах цілісної економіки.

Таблиця 1

**Концептуальні підходи до визначення «фінансового потоку» (складено за даними [1; 2; 5])**

| Назва підходу   | Переваги та недоліки   | Визначення фінансового потоку за даним підходом  |
|---|--|--|
| <b>Порівняльний</b><br>(ототожнює поняття фінансових потоків з грошовими, вважаючи, що перші охоплюють весь оборот грошової маси та її розміщення в активах)  | Переваги: враховується динамічність фінансових потоків та те, що вони розглядаються на рівні суб'єктів підприємництва.<br>Недоліки: не враховуються відносини, які виникли в результаті руху фінансових ресурсів, не охоплюються інші фінансові ресурси, окрім грошових. | процес обміну еквівалентами, що виражені в товарній та грошовій формах.  |
| <b>Макроекономічний</b><br>(фінансовий потік існує лише на макрорівні, розглядається як макроекономічний механізм)  | Переваги: враховуються відносини, що супроводжують рух фінансових ресурсів.<br>Недоліки: визначаються лише макроекономічні властивості фінансового потоку, а сфера його існування зводиться лише до перерозподільної стадії.   | сукупність потоків доходів або витрат всіх суб'єктів регіональної економічної системи.   |
| <b>Мікроекономічний</b><br>(розглядає фінансові потоки лише на мікрорівні, тобто на рівні окремих суб'єктів підприємництва, в результаті чого охоплюються всі фінансові ресурси, а не лише грошові) | Переваги: враховуються всі види фінансових ресурсів.<br>Недоліки: обов'язковість супроводження фінансового потоку товарним; фінансовий потік не враховує відносин, що виникають при здійсненні руху.   | цілеспрямований рух фінансових ресурсів у процесі здійснення господарських операцій, внаслідок якого виникають економічні відносини. Виникає у процесі здійснення господарських операцій, у той час як рух фінансових ресурсів може бути спричинений не лише економічною діяльністю. |

При цьому сформовані на мікрорівні фінансові потоки можуть перетікати на макрорівень. Г.М. Азаренкова під фінансовими потоками розуміє цілеспрямований рух, зміну фінансових ресурсів певного суб'єкта підприємництва, що здійснюється спільно з відповідними його грошовими потоками або без них, але обов'язково з урахуванням фактору часу. Серед сутнісних характеристик фінансових потоків можна виділити: вони обумовлені зміною їх форми, складу, розміщення та використання; вони мають джерело виникнення, напрям руху та здатні генерувати економічний ефект; вони не завжди призводять до реального руху грошових коштів; зміна фінансового стану суб'єкта підприємництва є наслідком впливу фінансових потоків; переливання фінансових потоків здійснюється через фінансові інститути та може мати міжнародний характер [1].

Фінансовий потік є зміною, рухом фінансових ресурсів як матеріальної основи фінансових відносин, що складаються з доходів і грошових надходжень сформованих у юридичних осіб і держави в процесі розподілу і перерозподілу ВВП, а також включають грошові потоки, які переміщуються між

суб'єктами фінансових відносин. Такі ресурси здійснюють фінансове забезпечення відтворювального процесу на макро- та мікроекономічному рівнях, можуть існувати як у формі капіталу, так і у формі зобов'язань.

Схематично економічну сутність та визначальні характеристики фінансового потоку можна навести на рисунку 1.



Рис. 1. Економічний зміст та сутнісні характеристики фінансового потоку

З позиції суб'єкта підприємництва фінансові ресурси можуть формуватися як за рахунок зовнішніх (кошти, мобілізовані на фінансовому ринку, кредиторська заборгованість, бюджетні асигнування), так і внутрішніх джерел (амортизація, нерозподілений прибуток, статутний фонд).

В залежності від етапу руху фінансових ресурсів, слід виділяти такі види фінансових потоків: пов'язані з формуванням, розподілом та використанням фінансових ресурсів. Кожен з зазначених видів фінансових потоків можна деталізувати згідно з рис. 2.



Рис. 2. Етапи руху фінансових ресурсів в економіці

Класифікуючи фінансові потоки за видами фінансових ресурсів, можна виділити наступні їх типи:

- вхідні фінансові потоки (рух потоку суб'єкта підприємства до держави з метою формування бюджетної системи, рух потоку, що утворюються у разі зовнішніх державних зв'язків тощо);
- горизонтальні фінансові потоки (рух потоку між суб'єктами підприємства з метою реалізації бюджетних програм або проведення взаєморозрахунків); такий різновид фінансового потоку можна розглядати як з макро-, так і з мікроекономічної точки зору;
- вертикальні фінансові потоки (рух потоку між підпорядкованими структурами одного суб'єкта підприємства); такий різновид фінансового потоку можна розглядати з мікроекономічної точки зору;
- вихідні фінансові потоки держави (рух потоку від суб'єктів підприємства, держави для розвитку соціальної та невиробничої сфер) [1].

Фінансові потоки різноманітні за складом, напрямком руху, методом обчислення тощо. Першою класифікаційною ознакою виділимо відношення до аналізованої системи, згідно з якою розрізняють зовнішні фінансові потоки (функціонуючі за межами системи) та внутрішні (функціонують всередині системи, змінюються за результатами господарських операцій суб'єкта).

Фінансові потоки на мікрорівні можна розділити на вхідні (забезпечують приплив фінансових ресурсів до суб'єкта підприємства) та вихідні (зумовлюють відтік фінансових ресурсів від суб'єкта підприємства). З огляду на те, що показниками, які характеризують наявність у суб'єкта підприємства фінансового потоку, є зміна статей активу та пасиву балансу, можливою є класифікація таких потоків на «активні» (вони змінюють виключно склад майна суб'єкта), «пасивні» (призводять до змін в складі джерел фінансування) та «активно-пасивні» (призводять до збільшення чи зменшення майна та джерел його формування). Згідно з напрямком руху фінансових потоків їх розрізняють як позитивні (характеризуються збільшенням обсягу фінансових ресурсів в результаті господарських операцій суб'єкта підприємства), та від'ємні (призводять до зменшення обсягу фінансових ресурсів в процесі здійснення всіх господарських операцій суб'єкта підприємства). З позиції достатності фінансових потоків для забезпечення стійкого фінансового стану суб'єкта підприємства розрізняють надлишковий фінансовий потік (коли надходження фінансових ресурсів значно перевищує реальну потребу суб'єкта підприємства в них), збалансований та дефіцитний (коли надходження фінансових ресурсів суттєво менші за реальну потребу суб'єкта підприємства). Залежно від виду фінансово-господарської діяльності виділяють фінансовий потік від операційної, інвестиційної та фінансової діяльності [5]. За методом обчислення виділяють валовий фінансовий потік (включає всю сукупність надходжень та витрат фінансових ресурсів), та чистий фінансовий потік (характеризує сумарний результат змін за кожним видом фінансових ресурсів). Розрахунок останнього дозволяє розкрити структуру джерел виникнення та напрямів використання фінансових ресурсів суб'єкта підприємства. За призначенням виділяють закупівельний фінансовий потік (він обслуговує процес закупівлі товарів), виробничий (супроводжує процес виробництва), інвестиційний (пов'язаний з відтворенням робочої сили) та збутовий фінансовий потік (пов'язаний з процесом збуту готової продукції). З огляду на періодичність виникнення розрізняють регулярний фінансовий потік, періодичні потоки (виникають через певні проміжки часу) та дискретний (виникає при здійсненні разових операцій). За масштабом діяльності виділяють фінансові потоки за суб'єктом підприємства, підрозділами, центрами відповідальності та окремими господарськими операціями. Класифікація фінансових потоків за методом оцінки у часі дозволяє врахувати часову вартість фінансових ресурсів і привести різночасові фінансові потоки до одного періоду. Згідно з нею виділяють теперішній фінансовий потік (формується в поточному часі) та майбутній фінансовий потік. За валютою деномінації розрізняють фінансові потоки в національній валюті та в іноземній валюті. За значимістю для суб'єкта підприємства виділяють пріоритетні фінансові потоки (регулярні фінансові потоки за господарськими операціями, які забезпечують створення більшої частини вартості або прибутку суб'єкта підприємства), другорядні фінансові потоки (нерегулярні потоки підприємства) та обслуговуючі (формується за господарськими операціями, не створюють вартості суб'єкта підприємства, хоча є необхідними для забезпечення нормального режиму його функціонування). За легальністю формування виділяють легальні та нелегальні (тіньові або приховані) фінансові потоки. Згідно зі способом переносу авансованої вартості на готову продукцію розрізняють фінансові потоки, що супроводжують рух основних фондів (інвестиційні потоки та частково фінансові потоки, що пов'язані з формування матеріальних затрат), та фінансові потоки, що обумовлені рухом оборотних коштів суб'єкта підприємства. За формою розрахунку виділяють грошові (готівкові) потоки, інформаційно-фінансові (безготівкові) потоки та обліково-фінансові потоки (лише за умови формування матеріальних витрат в процесі виробництва).

Перейдемо до класифікації фінансових потоків на макрорівні. Між суб'єктами макроекономічної системи функціонують наступні фінансові потоки: держава – фірми: податки, кредити, проценти, дивіденди; держава – іноземні суб'єкти підприємства: податки, державні займи, дивіденди, проценти, рента; держава – фізичні особи: податки, трансферти, оплата праці працівників державного сектору; фірми – фізичні особи: вартість товарів та послуг, оплата праці, кредит; фірми – іноземні суб'єкти підприємства: оплата експортованих товарів та послуг тощо. Також на макрорівні можна виділити фінансові потоки, що обумовлені рухом кредитних ресурсів різних міжнародних фінансових організацій, податкових платежів,

платежів у місцевий бюджет тощо. Виділяють види фінансових потоків, що супроводжують рух товарів та послуг на кожній стадії відтворення тощо [2; 3].

У світовому господарстві також відбувається переливання грошового капіталу з однієї країни до іншої, що створює міжнародні фінансові потоки. Вони мають власні класифікаційні різновиди (за видом економічної діяльності та структурою платіжного балансу, за економічними взаємовідносинами між нерезидентами, за функціональним призначенням, за формою власності, з позиції строків виконання міжнародних фінансових операцій). Згідно з переліченими класифікаціями розрізняють такі типи фінансових потоків: розрахунки за товари та послуги, оплата праці нерезидентів, доходи від інвесторів, поточні трансферти, капітальні трансферти, пряме та портфельне інвестування, потоки резервних активів, зовнішньоторговельні, капітальні, спекулятивні та балансуєчі (для врівноваження платежів і розрахунків країн), підприємницькі та позичкові, коротко-, середньо- та довгострокові, приватні та офіційні тощо [4]. У міжнародних економічних відносинах фінансові потоки трансформуються у міжнародні потоки капіталу та обслуговують рух товарів, послуг і капіталів в рамках взаємовідносин між макроекономічними суб'єктами різних країн; між урядами інших країн та міжнародними організаціями, інституціями.

Сукупність класифікаційних ознак та відповідних їм фінансових потоків, що було використано в даному дослідженні для формування загальної, деталізованої, адаптованої до сучасних умов господарювання системи класифікації фінансових потоків, наведено в таблиці 2.

Таблиця 2

## Система класифікації фінансових потоків

| Класифікаційна ознака  | Види фінансових потоків  |
|--|--|
| За відношенням до системи  | зовнішні, внутрішні  |
| За еквівалентністю   | еквівалентні, безеквівалентні  |
| <b>Мікроекономічний рівень</b>                                   |  |
| За впливом на обсяг фінансових ресурсів суб'єкта                 | вхідні, вихідні  |
| За видами зв'язків   | горизонтальні, вертикальні   |
| За статтями балансу  | активні, пасивні, активно-пасивні  |
| За напрямком руху  | позитивні, від'ємні  |
| З точки зору достатності фінансових потоків                      | надлишкові, збалансовані (оптимальні), дефіцитні   |
| За видом фінансово-господарської діяльності                      | від операційної, інвестиційної, фінансової діяльності  |
| За методом обчислення  | валові, чисті  |
| За призначенням  | закупівельні, виробничі, інвестиційні, пов'язані з відтворенням робочої сили, збутові  |
| За періодичністю   | регулярні, періодичні, дискретні   |
| За масштабністю  | по суб'єкту підприємництва, по підрозділах, по центрах відповідальності, окремих операціях   |
| За методом оцінки у часі   | теперішні, майбутні  |
| За валютою деномінації   | фінансові потоки в національній та іноземній валюті  |
| За значимістю  | пріоритетні, другорядні, обслуговуючі  |
| За легальністю формування  | легальні, нелегальні   |
| За способом переносу авансованої вартості на готову продукцію    | супроводжуючі рух основних фондів, обумовлені рухом оборотних коштів суб'єкта підприємництва   |
| За формою розрахунку   | грошові, інформаційно-фінансові, обліково-фінансові  |
| <b>Макроекономічний рівень</b>                                   |  |
| За джерелом виникнення   | обумовлені рухом кредитних ресурсів різних міжнародних фінансових організацій та внутрішніми кредитами Національного банку, податкових платежів; відрахувань до позабюджетних фондів     |
| За стадіями відтворення  | фінансові потоки стадії виробництва, утворення доходу та споживання  |
| За видами фінансових ресурсів                                    | вхідні, горизонтальні, вихідні   |
| <b>Глобальний рівень</b>   |  |
| За видом економічної діяльності та структурою платіжного балансу | розрахунки за товари та послуги, оплата праці нерезидентів, доходи від інвесторів, поточні трансферти, капітальні трансферти, пряме та портфельне інвестування, потоки резервних активів |
| За економічними взаємо-відносинами між нерезидентами             | зовнішньоторговельні, капітальні, спекулятивні та балансуєчі   |
| За функціональним призначенням                                   | підприємницькі, позичкові  |
| За формою власності  | приватні, офіційні   |
| За строками виконання міжнародних фінансових операцій            | коротко-, середньо- та довгострокові   |



**Висновок.** Фінансові потоки охоплюють цілеспрямовану зміну фінансових ресурсів суб'єкта підприємництва (в тому числі, і держави). В статті було проаналізовано взаємозв'язок фінансових ресурсів та фінансових потоків, виділено основні характеристики останніх. Усю сукупність класифікаційних ознак фінансових потоків було розділено на три групи: ті, що характеризують (описують) фінансові потоки на мікрорівні, на макрорівні, на рівні світового господарства (глобальний рівень). Зазначимо, що такий поділ є умовним, оскільки одна класифікаційна ознака може характеризувати фінансові потоки на всіх трьох зазначених рівнях. Виходячи з цього, всі фінансові потоки можуть бути зовнішніми та внутрішніми, вхідними та вихідними, еквівалентними та безеквівалентними, в національній або іноземній валюті тощо. На підставі проведеного дослідження розроблено деталізовану, адаптовану до сучасних умов господарювання систему класифікації фінансових потоків.

### Література

1. Азаренкова Г.М. Фінансові потоки в системі економічних відносин : [монографія] / Г.М. Азаренкова. – Харків : «ІНЖЕК», 2006. – 328 с.
2. Вахович І. М. Теоретичні засади фінансових потоків в логістичних системах [Електронний ресурс] / І. М. Вахович, І. М. Камінська // Економічні науки. Серія: Регіональна економіка : збірник наукових праць. – Луцьк, 2009. – Вип. 6(21) Ч.1. – Режим доступу : [www.nbuv.gov.ua/portal/soc\\_gum/en\\_re/2009\\_6\\_1/4.pdf](http://www.nbuv.gov.ua/portal/soc_gum/en_re/2009_6_1/4.pdf)
3. Данілов О.Д. Фінансові потоки держави в умовах ринкових перетворень / О.Д. Данілов, Т.В. Паєнтко // Соціально-економічні наслідки ринкових перетворень у постсоціалістичних країнах : IV Міжнар. наук. конф. – Черкаси, 2009. – С. 129–133.
4. Козак Ю.Г. Міжнародна макроекономіка : [навч. посібник] / Ю.Г.Козак. – К. : Центр учбової літератури, 2012. – 400 с.
5. Тютюкіна Е.Б. Финансовые потоки, сущность и признаки классификации / Е.Б. Тютюнкина, К.М. Афашагов // Вестник финансовой академии. – 2007. – № 4. – С. 24–33.

### References

1. Azarenkova G.M. Financial flows in the system of economic relations: monograph. Kharkov : «INZHEK», 2006. 328 p.
2. Vahovych I.M., Kaminska I.M. Theoretical foundations of financial flows in logistic systems [Electronic resource]. Economic Sciences. Series: Regional Economics: a collection of scientific works. Lutsk, 2009. Vol. 6(21) Part 1. URL : [www.nbuv.gov.ua/portal/soc\\_gum/en\\_re/2009\\_6\\_1/4.pdf](http://www.nbuv.gov.ua/portal/soc_gum/en_re/2009_6_1/4.pdf)
3. Danilov O.D., Paentko T.V. Financial flows of the state in conditions of market. Socio-economic consequences of market transformations in post-socialist countries : IV Intern. scientific conf. Cherkasy. 2009. P. 129–133.
4. Kozak Y.G. International macroeconomics. K. : Center of educational literature, 2012. 400 p.
5. Tyutyukina E.B., Afashagov K.M. Financial flows, the essence and classification. Bulletin of the Academy of Finance. 2007. Vol. 4. P. 24–33.

Надійшла 13.09.2013; рецензент: д. е. н. Єлісеєва О. К.

## ЕМПІРИЧНЕ ДОСЛІДЖЕННЯ ВПЛИВУ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ДЕРЖАВИ НА ЇЇ ФІНАНСОВУ БЕЗПЕКУ

*Досліджено взаємозв'язок фінансової безпеки держави та її конкурентоспроможності. На підставі розрахунку інтегрального показника рівня фінансової безпеки проведено аналіз її динаміки для груп країн з різним типом економічного розвитку. Проведено дослідження взаємовпливу конкурентоспроможності і фінансової безпеки макrorівня на підґрунті результатів регресійного аналізу.*

*Ключові слова: фінансова безпека держави, конкурентоспроможність, економічний розвиток, таксономічний показник, регресійний аналіз.*

S. V. LELYUK

Kharkiv national university of economics

## THE EMPIRICAL RESEARCH THE INFLUENCE OF THE STATE'S COMPETITIVENESS ON ITS FINANCIAL SAFETY

*The aim of the research – to study of the relationship of competitiveness of the country and its financial safety influenced by globalization processes, estimate their interplay in Ukraine and in countries with high levels of economic development. The division countries into groups by stage of development were studied. The dynamics of their GDP – the main indicator were analyzed. Integral indicator of financial safety was calculated. The dynamics of the integral indicators of financial safety and competitiveness based on the values of global competitiveness index (GCI) in different groups of development were analyzed. Relationship between financial safety and competitiveness was investigated using regression analysis. The obtained data show that for countries with the highest levels of development the competitiveness is the factor which affects on the level of financial safety.*

*Keywords: financial safety of the state, competitiveness, economic development, taxonomic index, regression analysis.*

### Постановка проблеми у загальному вигляді та її зв'язок із важливими науковими чи практичними завданнями

Стан фінансової безпеки держави характеризує протікання обміну фінансовими ресурсами на міжнародному рівні, рівні галузей та регіонів. Наслідки затяжної економічної кризи призводять до порушення функцій держави в означеному середовищі, пригнічують її економічне зростання і впливають на збільшення факторів та загроз її діяльності на світових ринкових теренах. Посилення ролі конкурентоздатності економіки на тлі глобалізаційних процесів зумовлює актуальність дослідження її взаємозв'язку із фінансовою безпекою країни та чинників, що її обумовлюють.

### Аналіз останніх досліджень і публікацій

Низка досліджень, що присвячені фінансовій безпеці держави належать Барановському О.І. [1], Бурцеву В.В. [2] Ермошенку М.М., Капітулі С.В., Кіму Ю.Г. [3], Коваль О.П., Мунтіяну В.І. [4], Наконечній Н.В., Погосовій М.Ю. [5], Реваку І.О., Сухорукову А.І. [6], Лін Ю.-Х. (Lin Y.-H.), Ду Л.-Х. (Du L.-H.) та ін. Взаємозв'язок фінансової безпеки та конкурентоспроможності розглядається М. Арсентьевим [7], Вашем Е.Л. [8], Галочкіною О.А. [9], Дудкою Ю.П., Н. Ільєнковою [10], Мунтіяном В.І. та ін. і у більшості випадків розглядається через призму економічної безпеки взагалі, а не окремо її фінансової складової.

### Формулювання цілей статті (постановка завдання)

Питання фінансової безпеки держави потребують ґрунтовного вивчення сутності та умов її забезпечення. Одним із чинників, що визначає певний рівень фінансової безпеки є здатність країни витримувати міжнародну торгівельну боротьбу та протистояти конкурентам у світовому ринковому середовищі. Саме тому за мету дослідження обрано вивчення взаємозв'язку конкурентоздатності держави і її фінансової безпеки під впливом глобалізаційних процесів.

### Виклад основного матеріалу

Фінансова безпека держави, з точки зору Кіма Ю.Г. [3], полягає у здатності її органів забезпечувати стійкість її розвитку, стійкість платіжно-витратної системи і основних фінансово-економічних параметрів, нейтралізувати дію світових криз та навмисних дій світових чинників, створюваних державами, субдержавними групами та іншими зовнішніми контрагентами країни. Барановський О.І. у [1] розглядає в якості фінансової безпеки України стан фінансової, грошово-кредитної, валютної, банківської, бюджетної, податкової, розрахункової, інвестиційної, митно-тарифної та фондової систем, а також системи ціноутворення, який характеризується збалансованістю, стійкістю до внутрішніх і зовнішніх негативних впливів, здатністю відвернути зовнішню фінансову експансію, забезпечити фінансову стійкість (стабільність), ефективне функціонування національної економічної системи та економічне зростання. Тому можна вважати, що фінансова безпека держави формується на підґрунті її здатності протистояти загрозам, створюваними державами-конкурентами ринкового середовища, з метою забезпечення реалізації національних інтересів.

За визначенням Мунтіяна В.І., конкурентоспроможність – це положення товаровиробника галузі, країни, що визначається їх здатністю протистояти конкуренції на внутрішньому і міжнародному ринках, забезпечення якого стає стратегічно-важливим завданням у посткризовий період [4]. Отже, конкурентоспроможність, як і фінансова безпека, має рівневу структуру та поділяється на конкурентоспроможність держави, галузі, підприємства та продукції [8]. Конкурентоспроможність держави, в свою чергу, визначається за виробничо-ресурсною, фінансово-інвестиційною, інноваційно-інформаційною та законодавчо-управлінською складовими [4]. Мобілізація кожної із означених складових конкурентоспроможності макrorівня взагалі, а фінансово-інвестиційної зокрема, передбачає подолання негативних і загрозливих явищ фінансовій безпеці держави.

Галочкіна О.А. [9] головну задачу із забезпечення фінансової безпеки держави вбачає у підвищенні ефективності державної політики та фінансової системи, що впливає на конкурентоздатність країни на світових теренах. Тобто фінансова безпека ототожнюється із чинником, який має вплив на конкурентоздатність держави. Ліфиць І.М. [11], Кузнєцова О.І. [12] та Ільєнкова Н.Д. [10] визначають роль конкурентоспроможності як фактору, а Мунтіян В.І. [4] як критерію економічної, а отже і фінансової безпеки. Ваш Е.Л. [8] розглядає фінансову безпеку лише як певний потенціал та базову надбудову, і пояснює це тим, що доступ до фінансових ресурсів, який є однією з ознак фінансової безпеки, не є визначальним фактором конкурентоспроможності. Схожої думки дотримується і Сенчагов В.К. [13] через призму економічної безпеки. З точки зору науковця, характеристиками національного господарства та його складових є економічна безпека і конкурентоздатність, що перебувають у тісному взаємозв'язку. Конкурентоздатність може бути одночасно як метою, так і індикатором ступеню розвитку національної економіки. У той же час, економічна безпека, а разом із тим і її найважливіша складова – фінансова безпека, є лише умовою для розвитку та існування національного господарства, але механізмом її забезпечення є конкурентоздатність [13]. Натомість М. Арсєнтьєв [7] має протилежну позицію: фінансова складова економічної безпеки базується на конкурентоздатності фінансово-кредитної сфери країни, її ефективності та незалежності. Бурцев В.В. [2] розглядає посилення конкурентного тиску між державами в економічній сфері на міжнародному просторі як одну із зовнішніх загроз фінансовій безпеці держави. З точки зору Р. Джабієва [14] низька конкурентоспроможність продукції, яку представляє країна на світовому ринку, є внутрішньою загрозою економічній безпеці. Також існує думка, що конкурентоздатність формує сукупність політичних, економічних і соціальних умов, що забезпечують інвестиційну привабливість від якої залежить фінансова безпека держави [15].

Вивчення наявних поглядів щодо взаємозв'язку фінансової безпеки та конкурентоспроможності засвідчило, що зростання конкурентоспроможності є однією із задач ефективної економіки держави та її переходу у стан ефективного стійкого, поступального розвитку (рис. 1).

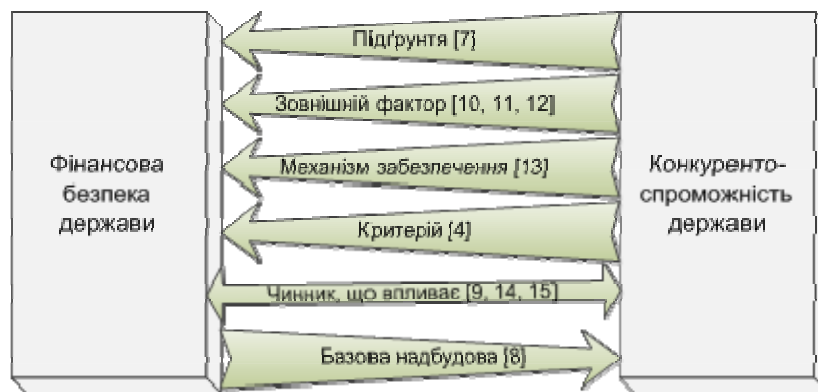


Рис. 1. Взаємозв'язок конкурентоспроможності і фінансової безпеки держави (розроблено автором)

Відповідно до звітів Світового економічного форуму (World Economic Forum (WEF)), конкурентоспроможність розглядається як набір інститутів, політик і факторів, що визначають рівень продуктивності країни, який в свою чергу означає рівень продуктивності праці, що встановлює рівень процвітання, який може бути досягнений економікою, та визначає норми прибутку отриманого від інвестицій в економіку, що є основними драйверами темпів її зростання. Іншими словами, більш конкурентоспроможною є економіка, яка більш спроможна до підтримки економічного зростання [16–21]. Отже, на забезпечення належного рівня фінансової безпеки позитивно впливає висока конкурентоздатність держави на зовнішніх і внутрішніх ринках, яка виступає підґрунтям фінансової безпеки.

При дослідженні взаємовпливу фінансової безпеки та конкурентоспроможності в якості показника, що оцінює останню, було обрано індекс глобальної конкурентоспроможності (Global Competitiveness Index (GCI)) за яким проводить рейтингування держав Світовий економічний форум. GCI є висококомплексним показником, що вимірює національну конкурентоспроможність, яка охоплює мікроекономічні і

макроекономічні основи національної конкурентоспроможності [16]. Даний індекс враховує рівень (етап) розвитку світових держав як найбільш вагомий і актуальний показник для економіки. Індекс глобальної конкурентоспроможності охоплює 12 індикаторів, відносна важливість кожного з яких залежить від конкретного етапу розвитку країни.

Згідно із даними, що містять звіти Світового економічного форуму [16–21], за рівнем економічного розвитку світові держави розподіляються на п'ятьох рівнях (етапах) – трьох основних та двох перехідних: перший рівень – економіка на етапі ресурсно-орієнтованого розвитку («Factor-driven») – 38 країн; перехідний рівень з 1-го етапу до 2-го етапу – 17 країн; другий рівень – орієнтована на ефективність економіка («Efficiency-driven») – 33 країни; перехідний рівень з 2-го етапу розвитку до 3-го – 21 країна; третій рівень – інноваційно-орієнтована економіка («Innovation-driven») – 35 країн.

Кожному рівню економічного розвитку держав притаманні власні набори критичних індексів. Взаємозв'язок типів економік та показників, що визначають їх розвиток представлено на рис. 2.

Значення показників, які формують загальний рівень розвитку України з 2005 по 2013 рр. наведено в табл. 1. Розподіл країн за стадіями розвитку проводиться на підґрунті двох критеріїв: перший – рівень ВВП на душу населення за ринковим обмінним курсом, другий – використовується для настроювання країн, які багаті, але процвітання їх засноване на видобуванні ресурсів. Останній критерій вимірюється часткою експорту мінеральних товарів у загальному експорті товарів та послуг і припускає, що країни, які експортують більше 70% мінеральних продуктів (в середньому за 5 років) в значній мірі обумовлюють даний фактор. Держави, що потрапляють між двома з трьох рівнів (етапів) розвитку належать до «перехідного рівня».

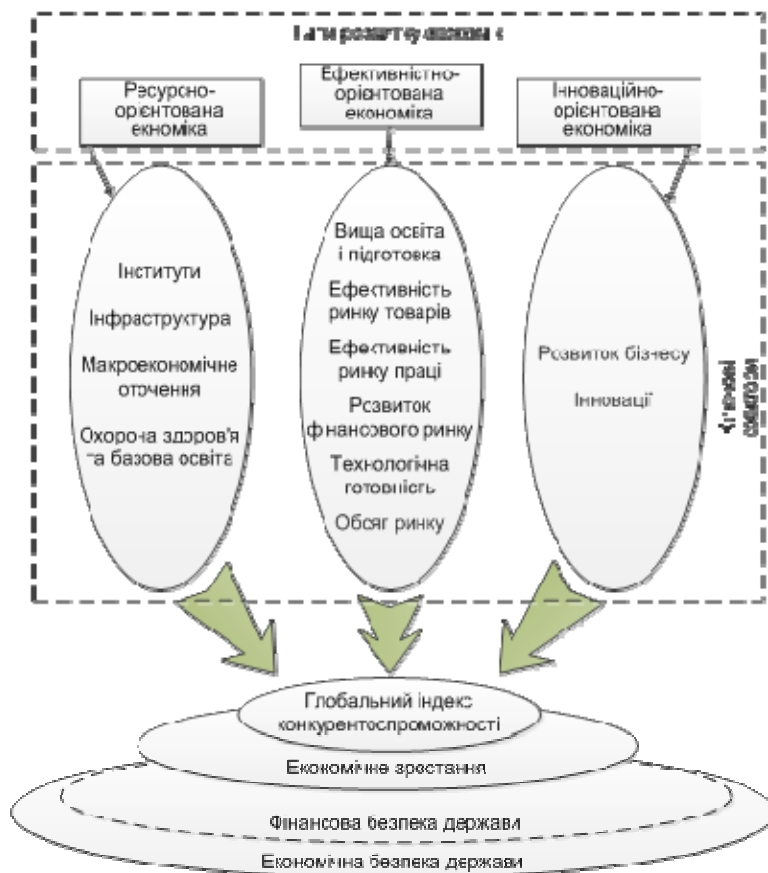


Рис. 2. Взаємозв'язок економіки та часткових показників конкурентоспроможності, що визначають їх тип (розроблено автором)

Підтримка економічного зростання держави сприятиме зростанню її конкурентоспроможності та забезпеченню фінансової безпеки. Тому на першому рівні розвитку опинилися країни з найменш конкурентоспроможними економіками. Неконкурентоспроможність деяких галузей зумовлена технічним відставанням, сприяє виникненню загрози безпеці держави.

За рівнем розвитку економіки у період 2012–2013 рр. Україна займає місце серед країн з ефективнісно-орієнтованою економікою, але у період 2010–2011 рр. вона знаходилась на перехідному рівні з 1 до 2 етапу. Зазначена динаміка підвищення України у світовому рейтингу за рівнем зростання підкріплюється збільшенням ВВП на душу населення – головного індикатора масштабів економічної діяльності країни. У світовому просторі в період 2003–2012 рр. спостерігається загальна тенденція до

поступового зростання ВВП – показника економічного розвитку держав, не зважаючи на його різке падіння в 2009 році. Для України простежується аналогічна тенденція, але значення даного показника на кінець 2012 р. не досягає рівня 2008 р. (за даними Світового банку [22]).

Аналіз показників, що формують рівень економічного розвитку держави показав, що переміщення України з перехідного до 2-го рівня розвитку груп країн з економіками орієнтованими на ефективність у період 2010–2013 рр. зумовлено покращенням індикаторів інститутів (установ/закладів), інфраструктури, макроекономічного середовища, охорони здоров'я та базової освіти, ефективності ринку товарів, розвитку фінансового ринку, технологічної готовності та розвитком бізнесу.

Погіршилися показники вищої освіти та підготовки (з 46 місяця до 47), ефективності ринку праці (з 54 місяця до 62) та інновацій (з 63 до 71 місяця). Серед складових, що впливають на загальний рівень розвитку України у 2012–2013 рр. можна виділити макроекономічне середовище (90 місце з 144), ефективність ринку товарів (117 місце з 144), розвиток фінансового ринку (114 місце з 144), розвиток бізнесу (91 місце з 144), макроекономічне середовище (90 місце з 144) і технологічну готовність (81 місце з 144).

Таблиця 1

## Характеристика рівня розвитку України за частковими показниками [16–21]

| Показник                                | 2005-2006       |                          | 2007-2008       |                          | 2008-2009       |                          | 2009-2010       |                          | 2010-2011       |                          | 2011-2012       |                          | 2012-2013       |                          |
|---|-----------------|--------------------------|-----------------|--------------------------|-----------------|--------------------------|-----------------|--------------------------|-----------------|--------------------------|-----------------|--------------------------|-----------------|--------------------------|
|   | Ранг<br>(з 114) | Кількість балів<br>(1-7) | Ранг<br>(з 131) | Кількість балів<br>(1-7) | Ранг<br>(з 134) | Кількість балів<br>(1-7) | Ранг<br>(з 133) | Кількість балів<br>(1-7) | Ранг<br>(з 139) | Кількість балів<br>(1-7) | Ранг<br>(з 142) | Кількість балів<br>(1-7) | Ранг<br>(з 144) | Кількість балів<br>(1-7) |
| Основні вимоги<br>(40,0%)               | *               | *                        | *               | *                        | 86              | 4,1                      | 94              | 4,0                      | 102             | 3,9                      | 98              | 4,2                      | 79              | 4,4                      |
| Інститути<br>(установи /<br>заклади)    | *               | *                        | 115             | 3,1                      | 115             | 3,3                      | 120             | 3,1                      | 134             | 3,0                      | 131             | 4,0                      | 132             | 3,1                      |
| Інфраструктура                          | 59              | 3,5                      | 77              | 3,1                      | 79              | 3,1                      | 78              | 3,4                      | 68              | 3,8                      | 71              | 3,9                      | 65              | 4,1                      |
| Макроекономічне<br>середовище           | *               | *                        | 82              | 4,7                      | 91              | 4,6                      | 106             | 4,0                      | 132             | 3,2                      | 112             | 4,2                      | 90              | 4,4                      |
| Охорона<br>здоров'я та<br>базова освіта | *               | *                        | 74              | 5,4                      | 60              | 5,6                      | 68              | 5,4                      | 66              | 5,7                      | 74              | 5,6                      | 62              | 5,8                      |
| Підсилювачі<br>ефективності<br>(50,0%)  | *               | *                        | *               | *                        | 58              | 4,1                      | 68              | 4,0                      | 72              | 4,0                      | 74              | 4,0                      | 65              | 4,1                      |
| Вища освіта і<br>підготовка             |                 |                          | 53              | 4,2                      | 43              | 4,5                      | 46              | 4,4                      | 46              | 4,6                      | 51              | 4,6                      | 47              | 4,7                      |
| Ефективність<br>ринку товарів           | 88              | 3,6                      | 101             | 3,7                      | 103             | 3,9                      | 109             | 3,7                      | 129             | 3,5                      | 129             | 3,6                      | 117             | 3,8                      |
| Ефективність<br>ринку праці             | 64              | 3,7                      | 65              | 4,3                      | 54              | 4,5                      | 49              | 4,6                      | 54              | 4,5                      | 61              | 4,4                      | 62              | 4,4                      |
| Розвиток<br>фінансового<br>ринку        | 88              | 3,5                      | 85              | 4,0                      | 85              | 4,0                      | 106             | 3,6                      | 119             | 3,3                      | 116             | 3,4                      | 114             | 3,5                      |
| Технологічна<br>готовність              | 85              | 2,6                      | 93              | 2,7                      | 65              | 3,4                      | 80              | 3,4                      | 83              | 3,4                      | 82              | 3,5                      | 81              | 3,6                      |
| Обсяг ринку                             | 25              | 4,4                      | 26              | 4,6                      | 31              | 4,6                      | 29              | 4,7                      | 38              | 4,5                      | 38              | 4,5                      | 38              | 4,6                      |
| Інноваційні<br>фактори (10,0%)          |                 |                          |                 |                          | 66              | 3,7                      | 80              | 3,4                      | 88              | 3,3                      | 93              | 3,3                      | 79              | 3,4                      |
| Розвиток<br>бізнесу                     | 50              | 3,2                      | 65              | 3,2                      | 80              | 3,9                      | 91              | 3,6                      | 100             | 3,5                      | 103             | 3,5                      | 91              | 3,7                      |
| Інновації                               | *               | *                        | *               | *                        | 52              | 3,4                      | 62              | 3,2                      | 63              | 3,1                      | 74              | 3,1                      | 71              | 3,2                      |

\* - відсутні дані

Аналіз динаміки значень часткових показників дозволив встановити, що всі аналізовані показники, окрім «Інститути (установи/заклади)», «Вища освіта та підготовка» і «Технологічна готовність», мають тенденцію до нарощення своїх значень. Усі показники, за виключенням інфраструктури, мають падіння значень у кризовий період 2009–2010 рр., а обсяг ринку, ефективність ринку праці – у 2010–2011 рр.

Для встановлення взаємозв'язку фінансової безпеки та конкурентоспроможності був проведений аналіз інформаційної бази та виявлені ключові часткові показники фінансової безпеки країн за кількістю їх

згадувань (табл. 2).

Таблиця 2

## Перелік показників фінансової безпеки держави

| Показник  |   | Кількість згадувань | Джерело                            |
|---|---|---------------------|------------------------------------|
| Українською мовою   | Англійською мовою                                     |                     |                                    |
| Відношення дефіциту (-), профіциту (+) державного бюджету до ВВП, %                               | Cash surplus/deficit (% of GDP)                       | 12                  | [6, 23, 24, 25, 26, 27, 28] та ін. |
| Сальдо платіжного балансу   | Current account balance (BoP, current US\$)           | 3                   | [25, 29] та ін.                    |
| Доходи державного бюджету, % до ВВП   | Gross national income (% of GDP)                      | 5                   | [24, 25, 26, 28, 29] та ін.        |
| Видатки державного бюджету, % до ВВП  | Gross national expenditure (% of GDP)                 | 5                   |                                    |
| Відношення обсягу грошового агрегату М3 до ВВП (рівень монетизації), %                            | Liquid liabilities (M3) as % of GDP                   | 9                   | [6, 23, 24, 25, 26, 27, 28] та ін. |
| Рівень інфляції, %  | Inflation, GDP deflator (annual %)                    | 12                  | [6, 23, 24, 25, 26, 27] та ін.     |
| Питома вага довгострокових кредитів у загальному обсязі кредитів, наданих комерційними банками, % | Domestic credit provided by banking sector (% of GDP) | 4                   | [23, 25, 28] та ін.                |
| Міжнародні резерви, млрд дол. США   | Foreign official reserves                             | 6                   | [6, 24, 25, 27, 28] та ін.         |
| Відношення загального обсягу державного боргу до ВВП, %   | Central government debt total (% of GDP)              | 4                   | [23] та ін.                        |
| Відношення обсягу зовнішнього боргу до ВВП, %   | External debt (% of GDP)                              | 8                   | [6, 23, 25, 26, 27, 28] та ін.     |
| Відношення обсягу внутрішнього боргу до ВВП, %  | Central government debt total (% of GDP)              | 9                   | [6, 23, 24, 25, 26, 27, 29] та ін. |
| Вартість банківських кредитів, % річних   | Real interest rate (%)                                | 6                   | [6, 23, 27, 28, 29] та ін.         |

Враховуючи обрані часткові показники був визначений інтегральний показник фінансової безпеки держави на підґрунті розрахунку таксономічного показника [30] на підставі даних звітностей офіційних сайтів Світового банку, Євростату та ін. [16–22]. Динаміка таксономічного показника, що визначає рівень фінансової безпеки держав-представників усіх рівнів розвитку та їх індексу GCI представлена в табл. 3.

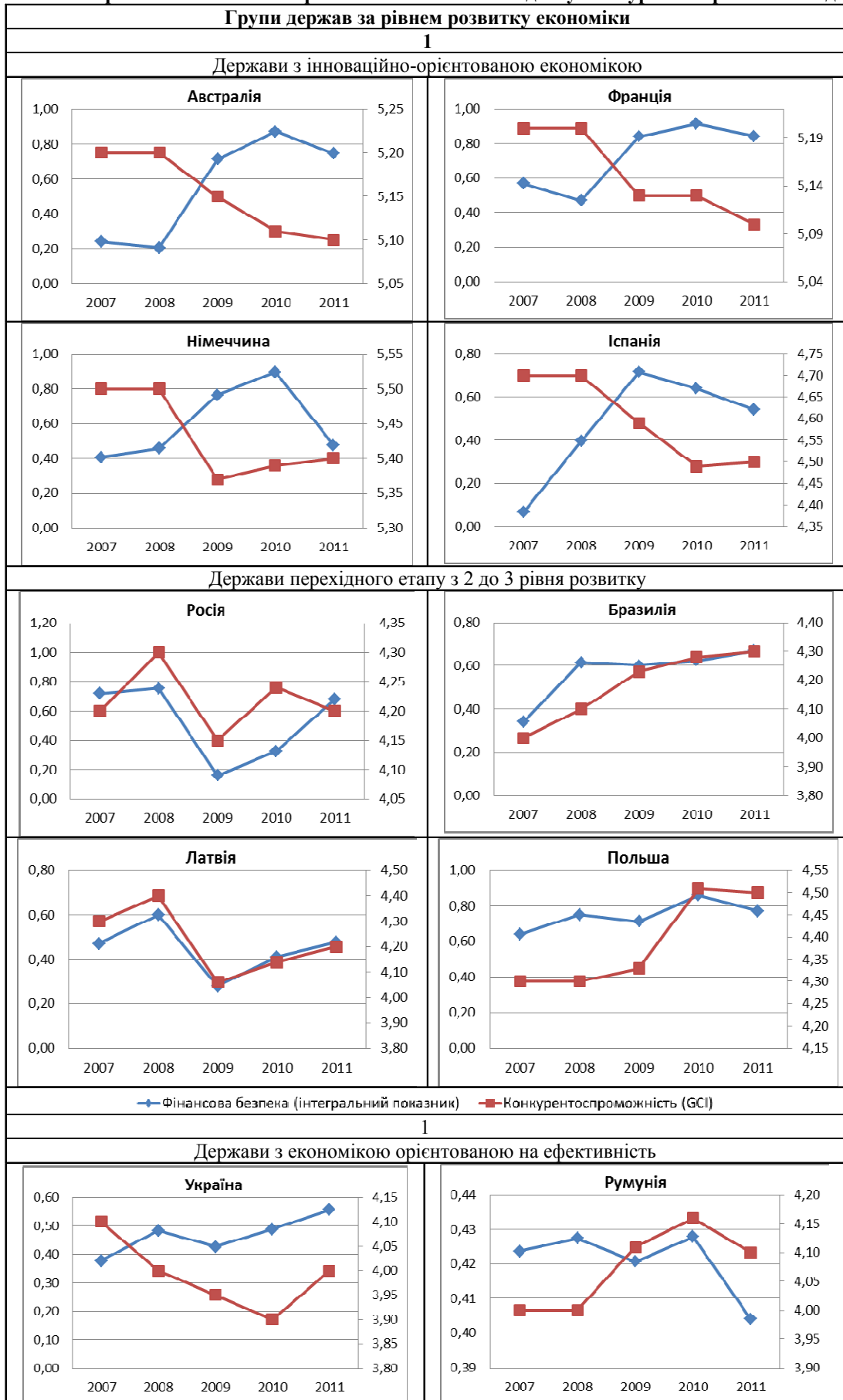
Проведені розрахунки показали, що для досліджуваних держав існує відмінність в динаміці показників фінансової безпеки та конкурентоспроможності. Окрім трендів динаміки показників фінансової безпеки та конкурентоспроможності для країн з різних груп відмінність існує і в рівнях їх значень: держави з вищим рівнем розвитку мають більші інтегральні показники як конкурентоспроможності, так і фінансової безпеки.

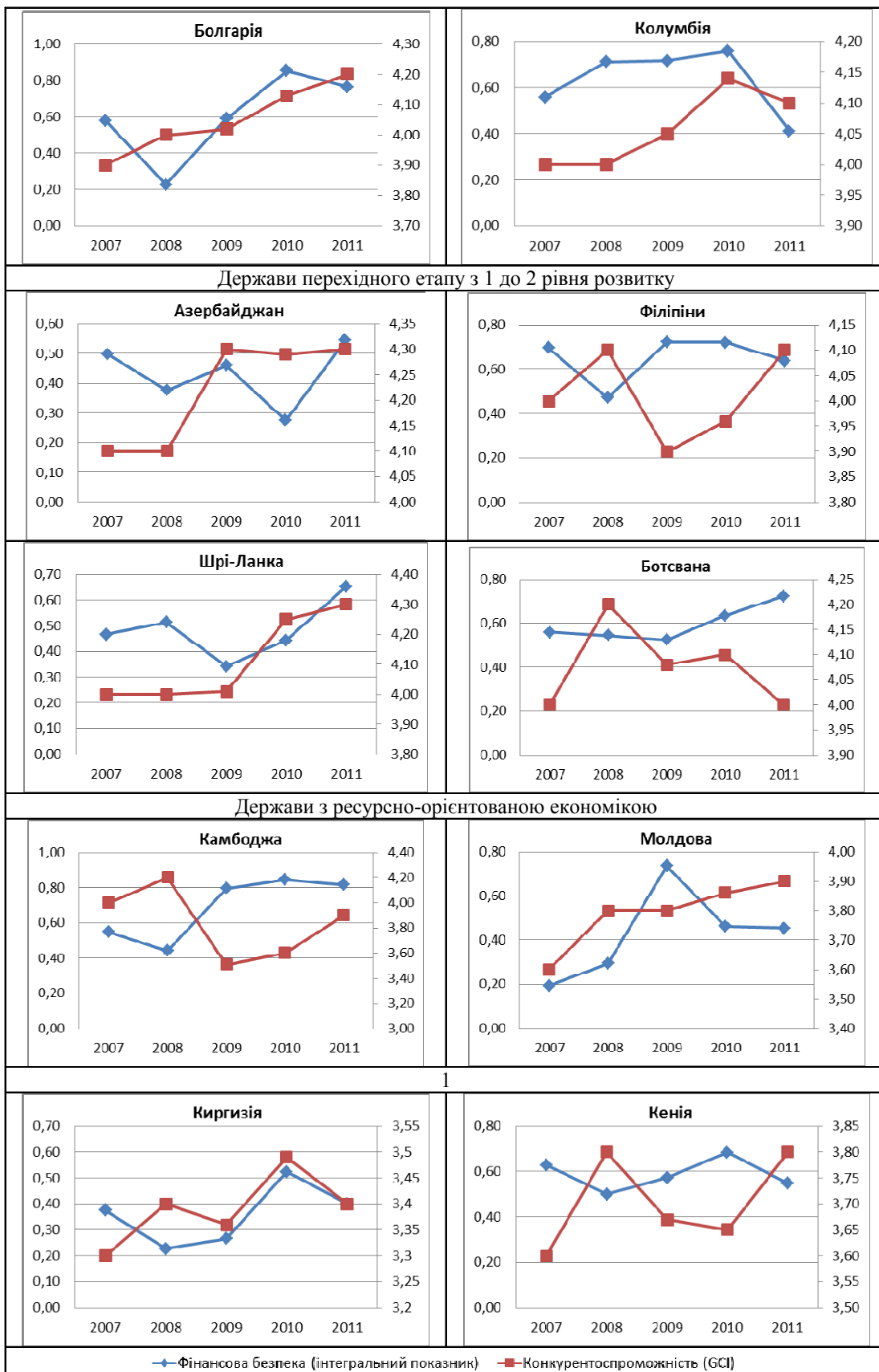
Аналізуючи отримані результати можна дійти висновку, що спільні тенденції в динаміці показників фінансової безпеки та конкурентоспроможності спостерігаються для кожної з п'яти групи країн. Найбільш чітко дана закономірність відслідковується для держав з інноваційно-орієнтованою економікою для яких притаманний найвищий із можливих рівень розвитку. Означена спорідненість викликана більшою стійкістю у перебігу економічних процесів для держав третього рівня. У 2009 році для країн означеної групи спостерігався переломний момент в обернено-пропорційній залежності динаміки показників фінансової безпеки та конкурентоспроможності.

Для держав перехідного етапу з 2 до 3 рівня розвитку відмічена аналогічна тенденція фінансової безпеки до якої схильні як країни з інноваційно-орієнтованою, так і з ефективно-орієнтованою економікою. Динаміка зміни показників фінансової безпеки для групи країн 2 рівня розвитку та держав перехідного етапу з 1 до 2 рівня має нестійкий та хвилеподібний характер. В даному випадку не можна однозначно стверджувати про вплив рівня фінансової безпеки на рівень економічного зростання. Тому для дослідження фінансової безпеки держав з означеним рівнем економічного розвитку слід розширювати перелік її індикаторів.

Для виявлення взаємозв'язку фінансової безпеки і конкурентоспроможності держави було проведено регресійний аналіз в пакеті Statistica. У якості незалежної змінної було обрано конкурентоспроможність, в ролі залежної – інтегральний показник фінансової безпеки. Результати дослідження тісноти зв'язку та причинно-наслідкового зв'язку між означеними індикаторами для України та країн з інноваційно-орієнтованим рівнем розвитку економіки представлено в табл. 4.

Динаміка інтегрального показника фінансової безпеки та індексу конкурентоспроможності держав





Розраховані показники регресії для аналізованих країн з інноваційно-орієнтованими економіками виявилися значимими та суттєвими. Натомість для України отримані значення індикаторів регресійного аналізу не є статистично значимими. Аналіз отриманих результатів дозволив виявити, що тіснота зв'язку між індикаторами для Франції і Австралії є досить високою, для Німеччини і Іспанії – високою, а для



України – незначною. Країни з найвищим рівнем економічного розвитку мають більший % впливу конкурентоспроможності на рівень фінансової безпеки, яка є значимим фактором. Беззаперечним такий вплив є для Австралії, Франції, Німеччини та Іспанії. Загалом дослідження показало, що для країн з інноваційно-орієнтованою економікою, які є більш економічно-розвинені, ступінь впливу конкурентоспроможності значно вищий ніж для України, про що свідчать значення коефіцієнту регресії.

Таблиця 4

#### Результати регресійного аналізу взаємовпливу фінансової безпеки та конкурентоспроможності

| Держава   | Коефіцієнт регресії |
|-----------|---------------------|
| Україна   | 0,2059              |
| Австралія | 0,8884              |
| Франція   | 0,8301              |
| Німеччина | 0,5807              |
| Іспанія   | 0,5130              |

#### Висновки

В умовах трансформаційного розвитку світової економіки під впливом глобалізаційних процесів та економічних криз, важливим стає питання забезпечення фінансової безпеки держави загалом, та її конкурентоспроможності на міжнародній арені зокрема. Розрізненість думок науковців щодо взаємовпливу конкурентоспроможності та рівня фінансової безпеки зумовили дослідження даних показників для країн з різним рівнем економічного розвитку. На основі інтегрального показника було визначено рівень фінансової безпеки досліджуваних держав. В якості показника конкурентоспроможності було обрано індекс GCI, який обчислюється WEF. Проведені розрахунки регресійного аналізу показали, що для більшості держав притаманний обернений взаємозв'язок між рівнем конкурентоспроможності та фінансової безпеки. Для країн з високим рівнем розвитку та інноваційно-орієнтованою економікою означений вплив має найбільш яскраве вираження. Зокрема, виявлено, що конкурентоспроможність за групою країн з найвищим рівнем економічного розвитку є фактором, який впливає на рівень фінансової безпеки. Дана закономірність пояснюється стабільністю протікання економічних процесів у більш розвинених країнах у порівнянні з іншими. Для України, як і більшості світових держав, така тенденція не є характерною, але наявні резерви, що дозволять підвищити рівень її фінансової безпеки.

#### Література

1. Барановський О.І. Фінансова безпека в Україні (методологія оцінки та механізми забезпечення): монографія / О.І. Барановський. – К. : КНЕУ, 2004. – 759 с.
2. Бурцев В.В. Факторы финансовой безопасности России [Электронный ресурс] / В.В. Бурцев // Менеджмент в России и за рубежом. – 2001. – №1. – Режим доступа : <http://www.dis.ru/library/detail.php?ID=22785>
3. Кім Ю.Г. Управління системою фінансової безпеки підприємства : автореферат дис. канд. екон. наук : 21.04.02 / Ю.Г. Кім ; Вищий навч. закл. Ун-т економіки та права "КРОК". – К. : [б. и.], 2009. – 21 с.
4. Мунтіян В.І. Конкурентоспроможність національної економіки, як головний критерій економічної безпеки / В.І. Мунтіян // Механізм регулювання економіки. – 2009. – № 2. – С. 158–174.
5. Погосова М.Ю. Аналіз тенденцій рівня фінансової безпеки України / М. Ю. Погосова // Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. – 2008. – №5, Т.1. – С. 164–169.
6. Сухоруков А.І. Проблеми фінансової безпеки України : монографія / А.І. Сухоруков (Передмова акад. НАН України С.І. Пирожкова). – К. : НІПМБ, 2005. – 140 с.
7. Арсентьев М. Финансовая безопасность России [Электронный ресурс] / М. Арсентьев. – Режим доступа : [http://www.rau.su/observer/N08\\_00/08\\_21.NTM](http://www.rau.su/observer/N08_00/08_21.NTM)
8. Ваш Э.Л. Конкурентоспособность и финансовая безопасность предприятий российской экономики / Э.Л. Ваш // Экономический журнал. – 2006. – № 12. – С. 68–75.
9. Галочкина О.А. Проблемы обеспечения финансовой безопасности [Электронный ресурс] / О.А. Галочкина // Сборник научных трудов «Социально-экономические проблемы развития России и процессы глобализации: потенциал возможного». – СПб. : Институт бизнеса и права, 2007. – Режим доступа : <http://www.ibl.ru/konf/061207/55.html>
10. Ильенкова Н. Вступление России в ВТО: анализ конкурентоспособности как условия экономической безопасности [Электронный ресурс] / Н. Ильенкова. – Режим доступа : <http://gisap.eu/ru/node/4989>
11. Лифиц И.М. Конкурентоспособность товаров и услуг : учеб. пособие / И.М. Лифиц. – [2-е изд., перераб. и доп.]. – М. : Высшее образование; Юрайт-Издат, 2009. – 460 с.
12. Кузнецова Е.И. Методология формирования экономической стратегии государства: экономическая безопасность и конкурентоспособность: автореф. дис. на соискание уч. степени д. э. н. по

спец. 08.00.05 – Экономика и управление народным хозяйством (экономическая безопасность) / Е.И. Кузнецова. – М., 2010. – 46 с.

13. Сенчагов В.К. Экономическая безопасность России. Общий курс. / Под ред. Сенчагова В.К. – [2-е изд.]. – М. : Дело, 2005. – 896 с.

14. Джабиев Р. Экономическая безопасность [Электронный ресурс] / Джабиев Р. – Режим доступа : <http://3view.az/articles/2174/1/>

15. Инвестиционная составляющая финансовой безопасности государства [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://xppx.org/business-machine/161-finansovuj-rynok/2184-investitsionnaya-sostavlyayushchaya-finansovoj-bezopasnosti-gosudarstva>

16. The Global Competitiveness Report 2012–2013: Full Data Edition. – Published by the World Economic Forum within the framework of The Global Benchmarking Network. – Geneva: World Economic Forum, 2012. – 545 p.

17. The Global Competitiveness Report 2011-2012. – Published by the World Economic Forum within the framework of The Global Benchmarking Network. – Geneva: World Economic Forum, 2011. – 544 p.

18. The Global Competitiveness Report 2010-2011. – Published by the World Economic Forum within the framework of The Global Benchmarking Network. – Geneva: World Economic Forum, 2010. – 516 p.

19. The Global Competitiveness Report 2009-2010. – Published by the World Economic Forum within the framework of The Global Benchmarking Network. – Geneva: World Economic Forum, 2009. – 492 p.

20. The Global Competitiveness Report 2008-2009. – Published by the World Economic Forum within the framework of The Global Benchmarking Network. – Geneva: World Economic Forum, 2008. – 513 p.

21. The Ukraine Competitiveness Report 2008 Towards Sustained Growth and Prosperity. – Published by the World Economic Forum within the framework of The Global Benchmarking Network. – Geneva: World Economic Forum, 2008. – 270 p.

22. Indicators [Электронный ресурс] // Официальный сайт Всемирного банка. – Режим доступа : <http://data.worldbank.org/indicator>

23. Методика розрахунку рівня економічної безпеки України [Електронний ресурс] // Официальный сайт Министерство экономического развития и торговли. – Режим доступа : [http://www.me.gov.ua/control/uk/publish/article?art\\_id=97980](http://www.me.gov.ua/control/uk/publish/article?art_id=97980)

24. Безуглова М.А. Современные проблемы финансовой безопасности России / М.А. Безуглова // Известия ИГЭА. – 2008. – № 6 (62). – С. 28–32.

25. Миколайчук А.Б. Методичний підхід до прогнозування рівня фінансової безпеки держави в системі моніторингу / А.Б. Миколайчук // Вісник економіки транспорту та промисловості. – 2012. – № 38. – С. 81–86.

26. Соколов Ю.А. Индикаторы финансовой безопасности экономических систем / Ю.А. Соколов // Интеллектуальный капитал. – 2010. – № 2. – С. 6–11.

27. Медведкина Е.А. Теоретические и прикладные аспекты реализации концепции финансовой безопасности государства / Е.А. Медведкина, О. Белаш // Вісник донецького національного університету, сер. В: Економіка і право. – 2011. – Вип. 1. – Т. 1. – С. 229–234.

28. Шлемко В.Т. Економічна безпека України: сутність і напрямки забезпечення : монографія / В.Т. Шлемко, І.Ф. Білько. – К. : НІСД, 1997. – 144 с.

29. Василик О. Фінансова безпека // Економічна енциклопедія: у 3 т. / О. Василик, С. Мочерний. – К.: Вид. центр «Академія», 2002. – Т.3 – 952 с.

30. Плюта В. Сравнительный многомерный анализ в экономических исследованиях: методы таксономии и факторного анализа / В. Плюта. – М. : Статистика, 1980. – 151 с.

#### References

1. Baranovskiy O.I. Finansova bezpeka v Ukraini (metodolohiia otsinky ta mekhanizmy zabezpechennia): monohrafiia. Kyiv, KNEU, 2004, 759 p.

2. Burcev V.V. Faktory finansovoy bezopasnosti Rossii, Menedzhment v Rossii i za rubezhom, No. 1.

3. Kim Yu.H. Upravlinnia systemoiu finansovoi bezpeky pidpriemstva : avtoreferat dys. kand. ekon. nauk : 21.04.02. Kyiv, Vyschchi navch. zakl. Un-t ekonomiky ta prava "KROK", 2009, 21 p.

4. Muntiiian V.I. Konkurentospromozhnist natsionalnoi ekonomiky, yak holovnyi kryterii ekonomichnoi bezpeky, Mekhanizm rehluiuvannia ekonomiky, 2009, No. 2, pp. 158-174.

5. Pohosova M.Yu. Analiz tendentsii rinvnia finansovoi bezpeky Ukrainy, Visnyk Khmelnytskoho natsionalnoho universytetu. Ekonomical science. Khmelnytskiy. 2008. Issue 5. Part 1. pp. 164-169.

6. Sukhorukov A.I. Problemy finansovoi bezpeky Ukrainy: monohrafiia. Kyiv: NIPMB, 2005, 140 p.

7. Arsent'ev M. Finansovaja bezopasnost' Rossii, Obozrevatel'-Observer, No. 8 (127). – Web Resource. [http://www.rau.su/observer/N08\\_00/08\\_21.HTM](http://www.rau.su/observer/N08_00/08_21.HTM)

8. Vash Je.L. Konkurentosposobnost' i finansovaja bezopasnost' predpriyatij rossijskoj jekonomiki, Jekonomicheskij zhurnal, 2006. No. 12, pp. 68-75.

9. Galochkina O.A. Problemy obespechenija finansovoj bezopasnosti, Sbornik nauchnyh trudov «Social'no-jekonomicheskie problemy razvitija Rossii i processy globalizacii: potencial vozmozhnogo», SPb.: Institut biznesa i prava, 2007. – Institut biznesa i prava. Web Resource. <http://www.ibl.ru/konf/061207/55.html>

10. Il'enkova H. Vstuplenie Rossii v VTO: analiz konkurentosposobnosti kak uslovija jekonomicheskoi bezopasnosti (20.09.2013) <http://gisap.eu/ru/node/4989>

11. Lific I.M. Konkurentosposobnost' tovarov i uslug: ucheb. posobie. Moscow, Vysshee obrazovanie, Jurajt-Izdat, 2009, 460 p.
12. Kuznecova E.I. Metodologija formirovaniya jekonomicheskoy strategii gosudarstva: jekonomicheskaja bezopasnost' i konkurentosposobnost': avto-ref. dis. na soiskanie uch. stepeni d. je. n. po spec. 08.00.05 – Jekonomika i upravlenie narodnym hozjajstvom (jekonomicheskaja bezopasnost'). Moscow, 2010, 46 p.
13. Senchagov V.K. Jekonomicheskaja bezopasnost' Rossii. Obshhij kurs. Ed. by V.K. Senchagov. Moscow, Delo, 2005, 896 p.
14. Dzhabiev R. Jekonomicheskaja bezopasnost' (20.09.2013) <http://3view.az/articles/2174/1/>
15. Investicionnaja sostavljajushhaja finansovoj bezopasnosti gosudarstva (20.09.2013) <http://xppx.org/business-machine/161-finsanovyy-rynok/2184-investitsionnaya-sostavlyayushchaya-finsanovoj-bezopasnosti-gosudarstva>
16. The Global Competitiveness Report 2012–2013, Geneva: World Economic Forum, 2012, 545 p.
17. The Global Competitiveness Report 2011–2012, Geneva: World Economic Forum, 2011, 544 p.
18. The Global Competitiveness Report 2010–2011, Geneva: World Economic Forum, 2010, 516 p.
19. The Global Competitiveness Report 2009–2010, Geneva: World Economic Forum, 2009, 492 p.
20. The Global Competitiveness Report 2008–2009, Geneva: World Economic Forum, 2008, 513 p.
21. The Ukraine Competitiveness Report 2008: Towards Sustained Growth and Prosperity, Geneva: World Economic Forum, 2008, 270 p.
22. Indicators (20.09.2013) <http://data.worldbank.org/indicator>
23. Metodyka rozrakhunku rivnia ekonomichnoi bezpeky Ukrainy (20.09.2013) [http://www.me.gov.ua/control/uk/publish/article?art\\_id=97980](http://www.me.gov.ua/control/uk/publish/article?art_id=97980)
24. Bezuglova M.A. Sovremennye problemy finansovoj bezopasnosti Rossii, Izvestija IGJeA, 2008, No. 6 (62), pp. 28–32.
25. Mykolaichuk A.B. Metodichni pidkhi do prohnozuvannia rivnia finansovoi bezpeky derzhavy v systemi monitorynhu, Visnyk ekonomiky transportu ta promyslovosti, 2012, No. 38, pp. 81–86.
26. Sokolov Ju.A. Indikatory finansovoj bezopasnosti jekonomicheskikh sistem, Intellektual'nyj capital, 2010, No. 2, pp. 6–11.
27. Medvedkina E.A., O. Belash Teoreticheskie i prikladnye aspekty realizacii koncepcii finansovoj bezopasnosti gosudarstva, Visnyk donetskoho natsionalnoho universytetu, ser. V: Ekonomika i pravo, 2011. Vol. 1., No. 1, pp. 229–234.
28. Shlemko V.T., Binko I.F. Ekonomichna bezpeka Ukrainy: sutnist i napriamky zabezpechennia : monohrafiia. Kyiv: NISD, 1997, 144 p.
29. Vasylyk O., Mochernyi S. Finansova bezpeka : Ekonomichna entsyklopediia: u 3 t. Kyiv: Vyd.tsentr «Akademii», 2002, Part 3, 952 p.
30. Pljuta V. Sravnitel'nyj mnogomernyj analiz v jekonomicheskikh issledovanijah: metody taksonomii i faktornogo analiza. Moscow, Statistika, 1980, 151 p.

Надійшла 13.09.2013; статтю представляє к. е. н. Кузенко Т. Б.

УДК 334.732.2(477)

Ю. М. ОСАДЧУК

Хмельницький кооперативний торговельно-економічний інститут

## ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ КРЕДИТНОЇ КООПЕРАЦІЇ В УКРАЇНІ

*У роботі визначаються перспективи розвитку кредитної кооперації в Україні з метою покращання фінансово-кредитного забезпечення суб'єктів господарювання, що здійснюють свою діяльність у сільській місцевості. Також проаналізовано проблеми становлення та розвитку кредитної кооперації, і визначено, що основними напрямками та заходами подальших науково-методичних досліджень з даної проблеми є розробка методологічних засад фінансово-кредитного забезпечення стратегії інноваційного розвитку суб'єктів господарювання за участю асоціацій кредитних спілок, а також практичне впровадження отриманих результатів у законодавче та нормативно-інструктивне забезпечення їх діяльності та розвитку.*

*Ключові слова: кооперативний рух, кредитний кооператив, кредитна спілка, кооператив, фінансово-кредитне забезпечення, фінансова криза, кооперативні засади функціонування, ефективність взаємодії.*

J. M. OSADCHUK

Khmelnytsky Cooperative Trade and Economy Institute

## PROSPECTS OF CREDIT COOPERATION IN UKRAINE

*In this paper, the prospects for the development of credit cooperatives in Ukraine to improve financial and credit support businesses that operate in rural areas. Also analyzed the problems of formation and development of credit cooperatives, and determined that the main directions and measures for further research and methodological research on this issue is to develop methodological principles of financial and credit support innovation development strategy entities with associations of credit unions, as well as practical implementation the results of the legislative and regulatory guidance for their activities and development.*

*Keywords: cooperative movement, credit cooperatives, credit unions, cooperatives, financial collateral, the financial crisis, the cooperative principles of operation, efficiency of interaction.*

### Постановка проблеми

Важливе значення в сучасних умовах розвитку сільського господарства в Україні має розвиток кредитної кооперації. Перехід до ринкової економіки привів до радикальних змін у системі фінансово-кредитного забезпечення агропромислового комплексу. Це обумовлено перебудовами безпосередньо в аграрному секторі економіки та банківській системі.

Зміни в банківській системі пов'язані насамперед зі створенням дворівневої банківської системи та розвитком мережі комерційних банків. У сучасних умовах господарювання комерційні банки оперують вже не державними грошовими ресурсами, а коштами своїх кредиторів. Таким чином, істотно підвищується

відповідальність комерційних банків за кредити, які видаються, висувуються підвищені вимоги до відбору позичальників.

Розширення мережі комерційних банків істотно збільшує можливості одержання кредитів. Однак сьогодні кредитування сільськогосподарських товаровиробників обмежене рядом об'єктивних факторів:

- високими процентними ставками за кредит;
- відсутністю у сільськогосподарських товаровиробників ліквідного забезпечення необхідних кредитів;
- сезонністю виробництва в аграрному секторі;
- територіальною відокремленістю сільськогосподарських підприємств від фінансово-кредитних установ;
- ціновим диспаритетом на продукцію промисловості для села та сільськогосподарські товари.

Поряд з перерахованими факторами, на наш погляд, є ще одна значна проблема, яка пов'язана з відтоком грошових засобів з місцевих оборотів сільських територій. Отримані від виробництва сільськогосподарської продукції кошти розподіляються між значною кількістю виробників і при цьому не спрямовуються на виробництво. Такі грошові накопичення можна розглядати як джерело кредитування тієї частини сільськогосподарських товаровиробників, що мають потребу в додаткових фінансових ресурсах. Потреба пошуку нетрадиційних методів вирішення проблеми фінансово-кредитного забезпечення суб'єктів господарювання сільської місцевості є актуальною і значущою. Одним із таких методів є відродження кредитної кооперації, про що свідчать вітчизняний та закордонний досвіди.

#### **Аналіз останніх досліджень та публікацій**

Вирішенню проблеми формування кооперативного сектора в сільському господарстві приділяється достатньо уваги в роботах таких вчених: П.І. Гайдуцького, В.І. Грушка, М.Я. Дем'яненко, В.Я. Амбросова, П.А. Лайка, П.М. Макаренко, М.Й. Маліка, В.Я. Месель-Веселяка, С.С. Осадця, П.Т. Саблука, Л.В. Романової, В.М. Алексійчука, К.І. Якуби, О.М. Шпичака, С.І. Юрій, В.В. Зіновчука, М.Ф. Кропивка та інших. Завдяки роботам цих вчених сформульовано підґрунтя для подальших наукових досліджень.

Серед авторів основних наукових праць з проблем кооперативного руху можна назвати таких іноземних фахівців, як Дж. Коери, Дж. Черктем, Марк П. Гассель, Джей В. Лош, К. Маєр та ін.

#### **Виділення невирішених частин**

Відсутні фундаментальні наукові дослідження з питань удосконалення фінансового забезпечення та розвитку кредитної кооперації в Україні, які б враховували реальний стан аграрної економіки та перспективи розвитку.

#### **Формулювання цілей**

Метою статті є визначення перспективи розвитку кредитної кооперації в Україні з метою покращання фінансово-кредитного забезпечення суб'єктів господарювання, що здійснюють свою діяльність у сільській місцевості.

#### **Виклад основного матеріалу**

Вивчення досвіду розвитку сільських кредитних кооперативів у різних державах світу дозволяє зробити деякі узагальнення. Найбільш позитивні моменти цього досвіду можуть бути впроваджені в Україні, де кредитна кооперація тільки починає відроджуватись. Наведемо деякі приклади:

1. Кредитні кооперативи створювались у той час, коли для цього існувала потреба в дрібному кредитуванні.
2. Перевага кооперативів полягає в тому, що вони спроможні скоротити витрати кредиторів та позичальників, а також скоротити неплатежі по боргах кооперативу.
3. Виникнення, в основному за ініціативою самих селян, кредитних кооперативів супроводжувалось прийняттям відповідних законодавчих актів, що сприяли їх розвитку та поступовому скороченню державної підтримки.
4. У державах, де сільські кредитні кооперативи займались лише кредитуванням, ігноруючи інші потреби кооперативного обслуговування селян, кооперативи швидко втрачали спроможність вести бізнес самостійно.
5. Еволюція кредитної кооперації в державах світу починалась зі створення первинних сільських кредитних кооперативів, зростання яких приводило до формування регіональних кредитних організацій, обслуговуючих фінансові потреби кооперативів.
6. Утворившись спочатку як сільські, кредитні кооперативи починали обслуговувати підприємства і інших секторів економіки.

В Україні кредитні кооперативи існують у вигляді кредитних спілок, які розвиваються понад 10 років і поступово займають своє місце серед суб'єктів фінансового ринку. Незважаючи на це, серед переважної більшості населення України, представників державних органів, а часто навіть і працівників окремих кредитних спілок, існує недостатнє розуміння соціально-економічної природи цих організацій. Причиною цього стала нечіткість українського законодавства, що регулює діяльність кредитних спілок.

Перші кредитні спілки були створені в 1992 році. Вони об'єднували майже 75 тисяч громадян і мали у своїх активах понад 17 млн гривень. На сьогодні існує понад 622 таких організацій.

У 1994 р. кредитні спілки об'єднались і створили Національну асоціацію кредитних спілок України

для вирішення проблем, пов'язаних з розвитком кредитного руху в Україні, для поліпшення соціально-економічного становища середніх верств населення. Це координаційна та уніфікована структура, що об'єднує кредитні спілки в життєздатний механізм. Наприкінці 2000 року до складу НАКСУ входило 105 кредитних спілок із 21 області України та Автономної Республіки Крим. При цьому структура сумарного кредитного портфеля кредитних спілок – членів НАКСУ – була такою: соціальне кредитування (пільгові кредитні програми для соціально незахищених верств населення) – 5 %, споживче кредитування (придбання побутової техніки, навчання, відпочинок, індивідуальне житлове будівництво тощо) – 40 %, бізнес-кредитування (кредитування підприємницьких ініціатив, придбання виробничого обладнання та поповнення обігових коштів підприємств і фермерів) – 55 % [1].

До прийняття Закону України «Про кредитні спілки ці установи мали юридичний статус громадської організації, головною метою якої є фінансовий та соціальний захист її членів шляхом залучення їх особистих заощаджень для взаємного кредитування». У податковому законодавстві спілки були віднесені до неприбуткових організацій. Такий, не досить чітко визначений, статус призводив до виникнення багатьох питань стосовно економіко-правової природи спілок та створював певні проблеми в їх роботі.

Прийнятий закон надав кредитним спілкам нового, принципово іншого юридичного статусу неприбуткової організації, заснованої фізичними особами на кооперативних засадах з метою задоволення потреб її членів у взаємному кредитуванні та наданні фінансових послуг за рахунок об'єднаних грошових внесків членів кредитної спілки і при цьому визначив, що «кредитна спілка є фінансовою установою». Це дозволило більш чітко визначити юридичний статус кредитних спілок, однак питання неприбуткової соціально-економічної природи цих організацій залишилось розкрито недостатньо.

Законом кредитні спілки були перетворені із «громадської організації» у «фінансову установу». І дуже невиразно при цьому звучить термін «заснованої на кооперативних засадах». А він якраз і є найголовнішою ознакою, що відрізняє кредитні спілки від інших суб'єктів фінансового ринку і визначає їх неприбуткову природу. На жаль, у чинному українському законодавстві такого поняття як «кооперативні засади» не існує, а в законі «Про кредитні спілки» кооперативні засади прописані недостатньо. Тому із прийняттям цього закону стало можливим трактувати кредитні спілки лише як фінансові установи і не звертати увагу на суспільну, громадську складову їх діяльності та їх соціальну місію. А звідси з часом може виникнути питання доцільності віднесення кредитних спілок до неприбуткових організацій [2].

Кредитні спілки в більшості країн світу мають статус фінансового кооперативу. А кооператив – це організація, що має, крім економічної, ще й громадську природу. Кредитний кооператив для своїх членів є одночасно фінансовою установою та громадською організацією. І це визначає його неприбуткову соціально-економічну кооперативну природу.

В сучасних умовах кредитна спілка – невід'ємна та особлива складова банківської системи ринкового типу. Принципи організації, що є підставою, мета, завдання та функції роблять її відносно відособленою від інших інститутів фінансового ринку, вносять особливості у відносини з ними.

Кооперативна діяльність спрямована не лише на задоволення матеріальних потреб населення, а й на соціальну перебудову села, економічну стабілізацію, відродження демократії, міжнародне співробітництво.

В умовах світової фінансової кризи, яка, безумовно, охопила й Україну, кредитні спілки проявляють себе більш стійко. Потенційну роль кредитних спілок у сільській місцевості не слід недооцінювати, оскільки аналіз функціонування комерційних банків за останні роки з точки зору малого бізнесу виявив такі недоліки: їх ненадійність, велику залежність від держави, неспроможність швидко реагувати на ситуацію, що змінюється в результаті значних обсягів накопичених та вкладених засобів. Малі форми кредитування швидше реагують на зміну ситуації, оскільки всі грошові кошти належать пайовикам, управління в них прозоре, а фінансові потоки легше відстежити; вкладення коштів у ризикові операції заборонені, тобто фінансові втрати незначні. Пайовики знають один одного, що зводить процес повернення кредиту до певних гарантій [3].

Основні відмінності кредитного кооперативу від комерційного банку наведені в таблиці 1.

При організації кредитних відносин кредитні спілки виходять з необхідності врахування інтересів спілки, її пайовиків, позичальників та загальнодержавних інтересів.

Виходячи з раніше викладеного матеріалу та враховуючи несистемний за формою і незбалансований за темпами процес становлення ринкової економіки в Україні, від якого особливо потерпає населення сільських регіонів країни, пропонуємо механізм взаємодії підприємств з населенням, що обслуговується, та іншими підприємницькими структурами через створення кредитної спілки з метою здійснення кредитування господарської діяльності підприємницьких структур сільської місцевості.

Члени кредитної спілки набувають можливості:

- ефективно розмістити наявні грошові кошти, отримавши від даної операції дохід;
- забезпечити фінансування своїх приватних фінансових потреб;
- сприяти економічному розвитку виробництва сільськогосподарської продукції та створенню додаткових робочих місць;
- збільшити обіговий капітал, що дозволить споживчому товариству збільшити обсяг заготівель сільськогосподарської продукції, наповнити магазини товарами, що користуються попитом у населення [4].

## Спільні та відмінні ознаки кооперативу і комерційного банку

| Ознака                             | Кредитні кооперативи  | Комерційні банки  |
|------------------------------------|---|---|
| Спільні риси                       |   |   |
| Форма власності                    | Спільна кооперативна  |   |
| Принцип управління                 | Демократичність управління  |   |
| Відмінності                        |   |   |
| Мета діяльності                    | Задоволення потреб членів – пайовиків кооперативу в кредиті   | Прибуток  |
| Організаційно-правова форма        | Споживчий кооператив  | Акціонерне товариство   |
| Розподіл прибутку                  | Розподіляється між пайовиками відповідно до обсягу їх участі в діяльності кооперативу; відрахування до резервного фонду | Більша частина направляється на збільшення пасивів банку, дивіденди акціонерам, різноманітні фонди (резервний фонд акціонування працівників тощо) |
| Джерела власного капіталу          | Пайові внески членів  | Внески акціонерів до статутного капіталу, прибуток  |
| Вид послуг, що надаються           | Кредити членам  | Надання кредитів, ведення рахунків юридичних та фізичних осіб, інші види послуг   |
| Об'єкт кредитування                | Виробничий розвиток суб'єктів господарювання та особисті потреби членів кредитного кооперативу                          | Задоволення потреб у кредитних ресурсах фізичних та юридичних осіб, що мають відповідну кредитоспроможність та забезпечення                       |
| Сприятливість до валютних коливань | Несприятливі, оскільки здійснюють свою діяльність тільки в національній валюті  | Сприятливі, оскільки коливання валютного курсу призводить до значних проблем у кредитуванні   |
| Перспективи розвитку               | Можливість об'єднатись у власний кооперативний банк або асоціацію кредитних спілок із застосуванням кооперативних засад | Можливість відкриття філій з набором вищезазначених засад і факторів  |

Кредитна спілка працює в інтересах своїх членів. Вона достовірно знає своїх позичальників, і в переважній більшості угод складається договір поруки за оформлений кредит, який тут же, за бажанням позичальника, видається готівкою або ж проводяться безготівкові розрахунки.

Разом з тим у зв'язку з платіжною кризою багатьох підприємств дефіциту власного оборотного капіталу особливу увагу слід приділяти факторинговим операціям.

Під факторингом розуміють різновид кредитно-фінансової операції, який забезпечує не тільки оборотність вартості, але й такі важливі зовнішні умови, як підтримка постачання підприємств необхідною продукцією, надання виробникам інформації про стан і структуру попиту на їхню продукцію.

Основною послугою при факторингу є фінансування кредитною спілкою поставок товарів з відстрочкою платежу. Крім цього, спілка здійснює облік дебіторської заборгованості та контроль за своєчасністю оплати. Другою послугою при факторингу є страхування ризиків, пов'язаних з постачанням товарів, зокрема ризику неотримання своєчасного платежу від покупця. Третьою послугою є адміністративне управління дебіторською заборгованістю, яке передбачає контроль за своєчасною сплатою поставки покупцями.

В умовах функціонування кредитної спілки відкриваються широкі можливості для забезпечення підприємств необхідними у веденні фінансово-господарської діяльності товарно-матеріальними цінностями. При цьому відбувається контроль з боку членів кредитної спілки за необхідністю здійснення тієї чи іншої господарської операції, так як в умовах факторингової угоди постачальник поступається спілці правом отримання платежів від платників за поставлені товари чи надані послуги [5].

Кредитна спілка, членами якої є населення, що проживає на даній території, працює в одному з підприємств та користується їх послугами залежно від потреби. Отже, члени кредитної спілки мають можливість визначити важливість та необхідність тієї чи іншої угоди та дати дозвіл на її здійснення і тільки після цього дати згоду для укладення факторингової угоди. Для підприємств є дуже важливим той фактор, що надходження виторгу від реалізації продукції за виконані послуги не залежить від платоспроможності платників, терміну оборотності коштів у розрахунках та інших чинників [6].

Фінансування при факторингу має ряд переваг, серед яких слід насамперед відмітити:

- комплексну систему довготермінового фінансування організацій;
- автоматичне збільшення фінансування в міру зростання обсягу реалізації;
- відсутність обмежень з платежів від постачальників товарів.

Постачальник також має такі вигоди в умовах використання факторингу:

- отримання додаткового прибутку за рахунок можливості збільшення обсягів реалізації в результаті отримання необхідного оборотного капіталу від спілки;
- економію коштів на операціях, пов'язаних з отриманням банківського кредиту.

Фінансування в межах факторингу звільняє постачальника від проблеми дефіциту власного обігового капіталу, а покупцю дає можливість гарантовано отримувати від постачальника відстрочку платежу на термін, достатній для товарообігу.

### Висновки

Враховуючи вищевказане, можна зробити висновок, що єдиний можливий шлях для поповнення власних обігових коштів у підприємств – це взяти участь у створенні кредитних спілок та використовувати їх фінансовий потенціал для забезпечення фінансово-господарської діяльності.

Переваги даного співтовариства вбачаємо в наступному:

1. Фінансово-кредитне забезпечення підприємств, що здійснюють свою діяльність у сільській місцевості, а також суб'єктів малого бізнесу значною мірою залежить від зовнішніх джерел фінансування, мобілізація яких обмежується незацікавленістю комерційних банків у їх кредитуванні через трудомісткість моніторингу кредиту та високу ризиковість, що робить процес кредитування низькорентабельним. Покращити ситуацію пропонується шляхом розвитку системи небанківських кредитно-фінансових інститутів та сфери мікрокредитування. Запропонований механізм залучення коштів кредитної спілки з метою поповнення власного оборотного капіталу дозволить покращити соціальну інфраструктуру сільської місцевості, забезпечити підприємства необхідними для ведення господарської діяльності фінансово-кредитними ресурсами.

2. З метою зміцнення розрахунково-платіжної дисципліни підприємств споживчої кооперації запропоновано механізм здійснення факторингових операцій кредитною спілкою, що сприятиме використанню готівкових коштів за призначенням; формуватиме структуру попиту і пропозиції товарно-матеріальних цінностей та послуг у сільській місцевості. Застосування факторингових операцій слід розглядати як комплексну систему довгострокового фінансування організацій.

3. Розвиток кредитних відносин підприємств споживчої кооперації з кредитними спілками визначається рядом внутрішніх і зовнішніх факторів, що впливають на формування кредитоспроможного попиту сільськогосподарських позичальників та кредитну активність кредитної спілки (кредитний ризик, ресурсна й правова база, кредитна політика та ін.). Але вирішальне значення з приводу даних відносин набувають загальнокооперативні принципи діяльності кредитної кооперації, які необхідно врахувати в законодавстві, що регулює діяльність кредитних спілок.

4. Запропонований механізм взаємодії підприємств системи споживчої кооперації України з населенням, іншими підприємницькими структурами через створення кредитної спілки з метою здійснення кредитування господарської діяльності підприємницьких структур слід розглядати у вигляді замкнутої системи певного сільського регіону. У цих умовах кредитна спілка спроможна внести реальний вклад у вирішення питань розвитку вітчизняного виробництва, створення додаткових робочих місць, формування соціально-побутової інфраструктури в сільській місцевості, а отже, і пом'якшення кризового впливу на зниження життєвого рівня громадян; забезпечити кругообіг фінансових потоків на конкретній території.

5. Основними напрямками та заходами подальших науково-методичних досліджень з даної проблеми є розробка методологічних засад фінансово-кредитного забезпечення стратегії інноваційного розвитку суб'єктів господарювання за участю асоціацій кредитних спілок, а також практичне впровадження отриманих результатів у законодавче та нормативно-інструктивне забезпечення їх діяльності та розвитку.

### Література

1. Гриценко О. І. Механізм створення кредитної кооперації / О.І. Гриценко // Вісник Сумського національного аграрного університету. – 2004. – № 2. – С. 63–68.
2. Гриценко О. І. Розвиток кредитної кооперації в аграрному секторі економіки / О. І. Гриценко // Вісник Сумського національного аграрного університету. – 2003. – № 2. – С. 67–69.
3. Дадашев Б. А. Кредитні кооперативи в Україні: проблеми й перспективи розвитку / Б. А. Дадашев // Вісник Української академії банківської справи. – 2001. – № 1(10). – С. 22–24.
4. Дадашев Б. А. Організаційно-економічні основи кредитних сільськогосподарських кооперативів в Україні / Б. А. Дадашев // Проблеми і перспективи розвитку банківської системи України : збірник наукових праць / Українська академія банківської справи. – Суми : Мрія, 2002. – Т. 6. – С. 288–292.
5. Козинець П. М. Особливості діяльності кредитних спілок України, успіхи, проблеми та перспективи / П. М. Козинець // Матеріали Міжнародної науково-практичної конференції “Національний кооперативний рух та структурні зміни в економіці України ХХІ століття”. – К. : Укоопосвіта, 2001. – С. 325–327.
6. Про кредитні спілки : Закон України від 20 грудня 2001 р. № 2908-III; з останньою поправкою від 10.07.2003 № 1096-IV // Урядовий кур'єр. – 2001. – 10 січня. – С. 6.

References

1. Gritsenko , A. The mechanism of creation of credit cooperatives [Text ] / O. Gritsenko // Bulletin of Sumy National Agrarian University. - 2004. - № 2. - S. 63-68 .
2. Gritsenko , A. The development of credit cooperatives in the agricultural sector [Text ] / O. Gritsenko // Bulletin of Sumy National Agrarian University. - 2003. - № 2. - S. 67-69 .
3. Dadashev , BA Credit Cooperatives in Ukraine : problems and prospects [Text] / B. Dadashev // Bulletin of the Ukrainian Academy of Banking. - 2001. - № 1 ( 10). - S. 22-24 .
4. Dadashev , BA Organizational- economic bases of agricultural credit cooperatives in Ukraine [Text] / B. Dadashev // Problems and prospects of the banking system of Ukraine : collection of scientific papers / Ukrainian Academy of Banking. - Amounts: Dream , 2002. - Т. 6. - S. 288-292 .
5. Kozynets , P. Features of the Credit Unions of Ukraine , successes , problems and prospects [Text ] / P. Kozynets // International scientific conference "National Cooperative Movement and structural changes in the economy of Ukraine of the XXI century". - K. Ukoopovita , 2001. - S. 325-327 .
6. On credit unions [Text] : Law of Ukraine of 20 December 2001 № 2908 -III , the latest amendment of 10.07.2003 № 1096- and 5 // Government Courier. - 2001. - January 10. - S. 6.

Надійшла 11.09.2013; статтю представляє к. е. н. Піхняк Т. А.

УДК 336.132.1(477)

О. М. СИДОРЕНКО

Національний університет державної податкової служби України (м. Ірпінь)

### ДОПОМІЖНІ МЕХАНІЗМИ УПРАВЛІННЯ В СИСТЕМІ ДЕРЖАВНОГО ФІНАНСОВОГО КОНТРОЛЮ (ЕКОНОМІЧНИЙ, МОТИВАЦІЙНИЙ ТА ПОЛІТИЧНИЙ)

*У статті розглянуто механізми державного управління щодо функціонування системи державного фінансового контролю України в сфері управління національною економікою. Ключовими серед них визначено організаційний, правовий та інформаційний, а допоміжними – економічний, мотиваційний і політичний. Розкрито внутрішній зміст останніх з позиції їх застосування у вітчизняній системі державного фінансового контролю.*

*Ключові слова: державний фінансовий контроль, управління, механізми державного управління, економічний механізм, мотиваційний механізм, політичний механізм.*

О. М. SIDORENKO

National University of State Tax Service of Ukraine (Irpin)

### SUPPLEMENTARY MECHANISMS OF MANAGEMENT IN THE SYSTEM OF STATE FINANCIAL CONTROL (ECONOMIC, MOTIVATIONAL AND POLITICAL)

*The purpose of this article is to characterize the role and to describe the inner essence of supplementary management mechanisms that are used in functional activity of the system of state financial control in Ukraine. The mechanisms of state management concerning the functioning of the state financial control system in Ukraine in the sphere of management of national economics are considered in the article. The main mechanisms among them are organizational, legal and informational whereas economic, motivational and political mechanisms are only supplementary. The author investigates their essence from the point of their application in national system of state financial control. In the conclusion the author states that the role of supplementary management mechanisms in the sphere of functioning of the system of state financial control is to guarantee (supplement and regulate) the main mechanisms and to add the proper functional elements to them.*

*Keywords: state financial control, management, mechanisms of state management, economic mechanism, motivational mechanism, political mechanism.*

#### Вступ

Невід'ємним елементом управління національною економікою України є державний фінансовий контроль. Його практичне здійснення реалізується через відповідну систему, котра являє собою складний комплекс взаємопов'язаних елементів. До числа останніх, зважаючи на виконання нею управлінських функцій, входять відповідні механізми державного управління (далі – управлінські механізми чи механізми управління). У процесі практичного застосування вони не використовуються поодиноці, а діють у тісному взаємозв'язку. В той же час, одні з цих механізмів є ключовими, і від їх налагодженості безпосередньо залежить ефективність функціонування всієї системи державного фінансового контролю країни, а інші чинять на неї лише побічний вплив і є допоміжними. Як показує практика, ефективне використання ключових механізмів управління у процесі функціонування системи державного фінансового контролю є неможливим без налагодження допоміжних, які їх доповнюють та деталізують, виступаючи, свого роду, внутрішніми регуляторами і підсилювачами. Це й породжує необхідність проведення наукових пошуків. Ураховуючи сказане, можна констатувати, що обрана тематика дослідження є актуальною.

**Ступінь наукового вивчення проблеми.** Визначена проблематика розглядається у наукових працях Ю.М. Бажала, І.В. Басанцова, І.А. Белобжецького, М.Т. Білухи, О.Д. Василика, Б.І. Валуєва, Е.О. Вознесенського, В.П. Дяченко, В.А. Жукова, І.М. Іванової, Л.М. Крамаровського, М.В. Кужельного, В.М.



Мітрофанова, Н.І. Рубан, І.Б. Стефенюка, Н.С. Столярова, С.О. Шохіна та інших. Отримані в процесі здійснюваного ними наукового пошуку результати є теоретично та практично значущими. В той же час, постійна зміна середовища функціонування системи державного фінансового контролю України потребує проведення постійних наукових досліджень. Це ще раз підтверджує актуальність обраної тематики.

**Мета статті.** Дослідити роль та розкрити внутрішню сутність допоміжних управлінських механізмів, що використовуються у функціональній діяльності системи державного фінансового контролю України.

#### Основна частина дослідження

До переліку механізмів управління, що діють у процесі функціональної діяльності системи державного фінансового контролю України, на наш погляд, відносяться: організаційний, правовий, інформаційний, а також економічний, мотиваційний і політичний. Ми вважаємо, що ключовими серед них є: організаційний, правовий та інформаційний механізми управління. Адже саме від чіткості та якості їх роботи, найбільшою мірою залежить функціонування системи державного фінансового контролю нашої держави. Відповідно, до допоміжних відносяться економічний, мотиваційний та політичний управлінські механізми (рис. 1). Саме вивчення останніх з позиції їх участі у функціональній діяльності системи державного фінансового контролю України і є предметом нашого дослідження. При цьому варто враховувати, що дані управлінські механізми, як уже частково зазначалося вище, перебувають у взаємозв'язку як між собою, так і з зазначеними ключовими механізмами управління, що знаходять своє місце у процесі функціонування системи державного фінансового контролю.



Рис. 1. Управлінські механізми, що використовуються в процесі функціональної діяльності системи державного фінансового контролю України

Центральним серед визначених, допоміжних управлінських механізмів, на наш погляд, є економічний, оскільки система державного фінансового контролю, в першу чергу, виконує економічні функції в загальній системі управління економікою. Відповідно, його характеристику ми представляємо першочергово. Під ним прийнято розуміти систему організаційно-економічних відносин і господарських зв'язків у національній економіці, структурними елементами якої є:

- форми організації суспільного виробництва, за допомогою яких суспільство впливає на використання виробничих ресурсів та забезпечує підвищення його ефективності;
- форми й методи планування та господарського керівництва;
- форми господарських зв'язків, які забезпечують виробничі відносини між сферами виробництва та підприємствами;
- сукупність економічних важелів і стимулів впливу на виробництво [1].

За іншим підходом, який також знаходить суттєву підтримку в наукових колах, економічний механізм управлінської діяльності складається з таких елементів: цінова політика, фінансово-кредитна політика, податкова політика, удосконалення управління та мотивації праці [2]. Всі інші позиції до розкриття внутрішнього змісту досліджуваної категорії, що мають місце в науковому світі, практично не відрізняються від представлених, а лише враховують специфіку сфер використання.

Як бачимо економічний механізм є одним з ключових у сфері управління. Не є винятком тут і сфера державного фінансового контролю, управлінська функція в якій реалізується через його систему. Враховуючи це, можемо сказати, що економічний механізм управління з позиції його впливу на систему державного фінансового контролю, являє собою комплекс відносин між елементами системи державного фінансового контролю у процесі виконання ними економіко-управлінських функцій. Структура даного спеціалізованого економічного механізму управління є дещо спрощеною у порівнянні з загальною і, на наш погляд, являє собою наступну сукупність таких елементів:

- форми та методи організації і планування контрольної діяльності в економічній сфері;
- форми економічних зв'язків між елементами системи державного фінансового контролю;
- сукупність економічних важелів впливу на національну економіку;
- вплив на податкову і фінансову політику держави у процесі виконання нею функцій з управління національною економікою.

З викладеного випливає, що економічний механізм управління в системі державного фінансового контролю виконує не лише безпосередньо економічні функції, що є його прямим призначенням, а й частково зачіпає безпосередні сфери впливу організаційного та мотиваційного механізмів. Це ще раз підтверджує той факт, що всі управлінські механізми, які використовуються у процесі функціонування системи державного фінансового контролю є тісно взаємопов'язаними та доповнюють і частково взаємно замінюють один одного. Стосовно інших, визначених вище механізмів, то вони не мають з економічним безпосереднього зв'язку і взаємодіють з ним лише опосередковано.

Ще одним допоміжним механізмом управління, що має місце у процесі функціонування системи державного фінансового контролю, є мотиваційний. Наука не виробила однозначного, універсального підходу до трактування його сутності. Проводиться це з урахуванням сфери використання цієї категорії. Пропонуємо розглянути ряд таких підходів.

Так, з позиції В. Карпенко: «Мотиваційний механізм управління – це система зі зворотним зв'язком, яка містить сукупність стимулів, що формують у вищого менеджменту мотиваційні переваги до використання інновацій як основного засобу здобуття підприємством конкурентних переваг, методів оцінювання досягнутих результатів і способів їхнього врахування у подальших рішеннях для коригування стимулів у разі їх низької ефективності» [3]. На відміну від даного автора Н. Павловська визначає цей механізм як «комплекс організаційно-економічних, матеріально-технічних та соціально-психологічних інструментів і методів спонукання до ефективної праці для забезпечення досягнення мети мотиваційної політики» [4]. В свою чергу, О. Костелей визначає мотиваційний механізм як «сукупність динамічних економічних і соціальних відносин між елементами, що передбачає об'єднання процесів оптимізації проекту» [5]. З викладеного можна зробити висновок, що спектр розуміння сутності категорії «мотиваційний механізм управління» є достатньо широким, що створює перешкоди для однозначності її використання у контексті досліджуваної проблематики і породжує необхідність вироблення відповідного підходу.

Узагальнюючи розкриті позиції до визначення сутності досліджуваної категорії, відзначимо, що у загальному випадку головними складовими елементами мотиваційного механізму управління є:

- стимули, що формують у менеджменту та виконавців мотиваційні переваги до використання інновацій;
- методи оцінювання досягнутих результатів і способи їхнього врахування у процесі ухвалення подальших управлінських рішень;
- організаційно-економічні, матеріально-технічні та соціально-психологічні інструменти і методи спонукання до досягнення поставлених цілей.

З представленого вище бачимо, на сьогоднішній день наука напрацювала вагомий перелік різних підходів до трактування сутності даної категорії. Всі вони різні в залежності від цільового призначення, але їх об'єднує визнання системності мотиваційного механізму. Відповідно, враховуючи специфіку використання його в досліджуваній сфері, ми пропонуємо наступний підхід до трактування сутності цієї категорії.

Мотиваційний механізм управління в системі державного фінансового контролю – це чітка сукупність соціально-економічних елементів, яка діє на складові системи державного фінансового контролю у напрямі стимулювання показників ефективності їх функціональної діяльності та забезпечення її відповідності чинному законодавству. Враховуючи викладене, можемо сказати, що і структура (внутрішня побудова) мотиваційного механізму управління в системі державного фінансового контролю відрізняється від її загальної форми. На наш погляд, вона складається з наступних елементів:

- організаційні методи стимулювання росту ефективності функціональної діяльності суб'єктів і об'єктів системи державного фінансового контролю;
- економічні методи стимулювання росту ефективності функціональної діяльності суб'єктів і об'єктів системи державного фінансового контролю;
- соціальні методи стимулювання росту ефективності функціональної діяльності суб'єктів і об'єктів системи державного фінансового контролю;

- психологічні методи стимулювання росту ефективності функціональної діяльності суб'єктів і об'єктів системи державного фінансового контролю;

- методи оцінювання досягнутих результатів об'єктами і суб'єктами системи державного фінансового контролю і способи їхнього врахування у процесі ухвалення подальших управлінських рішеннях;

- методи впливу суб'єктів державного фінансового контролю на об'єкти у напрямі упередження порушення останніми у процесі господарської діяльності норм діючого законодавства;

- сукупність взаємовідносин між суб'єктами та об'єктами системи державного фінансового контролю у напрямі забезпечення зростання загальної ефективності її функціональної діяльності.

Можемо зробити висновок, що структура мотиваційного механізму управління в системі державного фінансового контролю є досить складною та включає в себе велике число різних елементів. Це обумовлюється, в першу чергу, роллю даного механізму в загальному процесі забезпечення виконання системою державного фінансового контролю функцій з управління національною економікою. Основним призначенням мотиваційного механізму управління в досліджуваній сфері є забезпечення росту показників продуктивності її елементів та загальної ефективності їх функціональної діяльності. Також завдяки даному механізму частково згладжуються протиріччя між суб'єктами й об'єктами системи державного фінансового контролю. У той же час, як і попередні управлінські механізми, мотиваційний механізм перебуває у взаємозв'язку з іншими механізмами управління. Так, він безпосередньо пов'язаний з економічним і організаційним механізмами. Зрештою, він взаємодіє опосередковано через них. Загалом мотиваційний механізм є одним із центральних у забезпеченні ефективного управління як всередині самої системи державного фінансового контролю, так і при виконанні нею функцій з управління національним господарством.

Останнім з визначених нами допоміжних управлінських механізмів, що знаходять своє місце у процесі функціональної діяльності системи державного фінансового контролю, є політичний. Даний механізм управління досить ґрунтовно досліджений в наукових колах, проте єдиний підхід до трактування його сутності на сьогодні не сформовано. Окреслена ситуація спричинена рядом чинників, ключовим серед яких є те, що вчені розглядають і визначають цю категорію згідно з сферою її використання. Через це, нині виникає необхідність вивчення таких підходів та вироблення на їх основі власного визначення сутності політичного механізму управління у відповідності з предметом нашого дослідження.

Так, О. Федорчак пропонує під політичним механізмом управління розуміти «механізми формування економічної, соціальної, фінансового, промислової політики тощо» [6]. Натомість В. Власов визначає досліджувану категорію як «сукупність таких складових як способи представництва і моделі формування суб'єктів державної політики; розробка стратегічного курсу й прийняття державних рішень; адміністративні та інші засоби реалізації управлінських рішень; блок державного контролю й арбітражу, забезпечення самокорекції політичного режиму й «зворотного зв'язку» з об'єктами державного управління» [7]. Інший автор, М. Корнев, визначає досліджуваний управлінський механізм як «засоби реалізації державної політики, конкретних завдань державного управління, сукупність певних управлінських процедур, прийомів, об'єднаних на основі дотримання принципів, серед яких визначальними, такими, що формують їх характер, є відповідальність, легітимність, законність, гласність, відкритість, науковість ін.» [8]. В свою чергу, О. Шабров трактує дану категорію як «сукупність видів діяльності суб'єктів, гарантованих законом і включених у динаміку практично-політичних відносин, які охоплюють усі стадії розвитку та функціонування політичної системи» [9]. Л. Приходченко визначає політичний механізм управління як «практику реалізації управлінських процедур: розробку, прийняття та реалізацію рішень; регулювання політичних криз і конфліктів; аналіз та оцінка результатів і наслідків прийнятих рішень» [10]. Як бачимо з викладеного, наука має широке коло різноманітних підходів до трактування сутності досліджуваного поняття з різних позицій, на підставі чого і визначається структура цього управлінського механізму. Відповідно до сказаного, загальна структура політичного механізму управління вміщує в себе ряд наступних взаємопов'язаних елементів:

- способи представництва і моделі формування суб'єктів державної політики;
- розробка стратегічного курсу й прийняття державних управлінських рішень та їх реалізації;
- адміністративні та інші засоби реалізації управлінських рішень;
- блок державного контролю й арбітражу, забезпечення самокорекції політичного режиму й «зворотного зв'язку» з об'єктами державного управління;
- засоби, процедури й прийоми реалізації державної політики;
- регулювання політичних криз і конфліктів;
- сукупність видів діяльності відповідних суб'єктів;
- аналіз та оцінка результатів і наслідків прийнятих рішень.

Як бачимо, політичний механізм управління має доволі розгалужену структуру, що обумовлюється виконанням ним управлінської функції практично у всіх сферах суспільного життя. В той же час, кожна з них накладає на політичний механізм управління певний відбиток, адаптуючи до своїх потреб його внутрішній зміст. Не є винятком в цьому контексті й система державного фінансового контролю.

Відповідно, політичний механізм управління в системі державного фінансового контролю являє собою систему певних управлінських процедур, що забезпечують реалізацію державної політики у сфері державного фінансового контролю, що включає в себе процес розробки, прийняття та реалізації управлінських рішень і проведення за їх результатами аналізу й оцінки досягнутих результатів.

Можемо зробити висновок, що структура політичного механізму управління у системі державного фінансового контролю відрізняється від наведеної вище узагальненої і включає в себе наступні елементи:

- способи представництва і моделі формування суб'єктів державної політики (центральної влади та інших владних інституцій) у сфері державного фінансового контролю;
- розробка стратегічного курсу й прийняття управлінських рішень у сфері державного фінансового контролю та їх реалізації;
- адміністративні та інші засоби реалізації управлінських рішень у сфері державного фінансового контролю;
- блок державного контролю й арбітражу, забезпечення самокорекції політичного режиму й «зворотного зв'язку» з об'єктами державного управління у сфері державного фінансового контролю;
- засоби, процедури й прийоми реалізації державної політики у сфері державного фінансового контролю;
- сукупність видів діяльності суб'єктів, що мають відношення до сфери державного фінансового контролю;
- аналіз та оцінка результатів і наслідків прийнятих рішень у сфері державного фінансового контролю.

Як бачимо, політичний механізм відіграє суттєву роль у забезпеченні функціонування системи державного фінансового контролю як в її середині, так і при виконанні суб'єктами державного фінансового контролю функцій з управління національною економікою.

Також відзначимо, що політичний механізм, як і всі попередні, не діє відособлено, а перебуває у взаємозв'язку з іншими управлінськими механізмами. Так, спостерігається його безпосередня взаємодія з правовим та організаційним механізмами управління. З іншими наявні опосередковані зв'язки при виконанні тих чи інших управлінських функцій. Загалом, політичний механізм управління спрямовується на реалізацію державної політики в досліджуваній сфері й забезпечує взаємоузгодження функціонування системи державного фінансового контролю, в тому числі – й при виконанні нею функцій з управління національною економікою, з визначеними державними пріоритетами в досліджуваній сфері та суспільстві в цілому.

### Висновки

За результатами проведеного дослідження можна зробити наступні висновки:

- у процесі функціонування системи державного фінансового контролю України використовуються ряд взаємопов'язаних управлінських механізмів, ключовими серед яких є організаційний, інформаційний та правовий, а допоміжними – економічний, мотиваційний і політичний;
- роль допоміжних управлінських механізмів полягає у забезпеченні (взаємодоповненні й регулюванні) основних та доповненні їх відповідними функціональними елементами; від них значною мірою залежить загальна ефективність функціонування системи державного фінансового контролю і, зокрема, виконання нею функцій з управління національною економікою;
- вітчизняна наука на даний момент не виробила уніфікованого підходу до розкриття місця охарактеризованих управлінських механізмів у системі державного фінансового контролю й відображення їх внутрішнього змісту;
- кожен з розглянутих вище допоміжних управлінських механізмів має свою структуру, котра відповідає виконуваним ними функціям у системі державного фінансового контролю при здійсненні управління національною економікою.

### Література

1. Олійник О.В. Економічний механізм відтворення у сільському господарстві [монографія] / О.В. Олійник // [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [http://ebooktime.net/book\\_129.html](http://ebooktime.net/book_129.html)
2. Саблук П.Т. Економічний механізм АПК // Проблеми економіки агропромислового комплексу і формування його кадрового потенціалу: Кол. монографія. – У 2-х т. / За ред. П.Т. Саблука, В.Я. Амбросова, Г.Є. Мазнева. – Т.1. – К. : ІАЕ, 2000. – С. 360–372.
3. Карпенко В.Л. Формування мотивів і стимулів інноваційної діяльності підприємства : автореф. дис. ... на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук. : спец. 08.06.01 «Економіка, організація і управління підприємствами» / В.Л. Карпенко. – Хмельницький, 2005. – 20 с.
4. Павловська Н. Щодо посилення мотивації до праці / Н. Павловська // Україна: аспекти праці. – 2010. – № 3. – С. 16–20.
5. Костелей О.А. Мотиваційний механізм розвитку будівельного холдингу / О.А. Костелей // Економічний простір, 2010. – № 47. – С. 186–191.

6. Федорчак О. Класифікація механізмів державного управління / О. Федорчак // Науковий вісник «Демократичне управління». – 2008. – № 1 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [http://archive.nbu.gov.ua/e-journals/devr/2008-01/o\\_fedorchak.pdf](http://archive.nbu.gov.ua/e-journals/devr/2008-01/o_fedorchak.pdf)
7. Власов В.Г. Політико-правовий механізм державного управління як основа міжнародних зв'язків регіонів / В.Г. Власов // Актуальні проблеми державного управління. – 2011. – № 2 (40). – [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.kbuapa.kharkov.ua/e-book/apdu/2011-2/doc/4/12.pdf>
8. Корнев М.О. О политических механизмах регулирования общественной жизни / М.О. Корнев. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.tstu.ru/education/elib/pdf/st/2005/kornevs.pdf>
9. Шабров О. Политическое управление. Проблемы стабильности и развития. / О. Шабров. – М. : ИНТЕЛЛЕКТ, 1997. – 200 с.
10. Приходченко Л.Л. Політичний та інституційний механізми державного управління: узгодження інтересів / Л.Л. Приходченко [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [http://archive.nbu.gov.ua/portal/soc\\_gum/apdu/2010\\_2/doc/1/02.pdf](http://archive.nbu.gov.ua/portal/soc_gum/apdu/2010_2/doc/1/02.pdf)

#### References

1. Oliynyk O.V. Economic mechanism of reproduction in agriculture [monograph] / O.V. Oliynyk [Electronic resource]. – Mode of access: [http://ebooktime.net/book\\_129.html](http://ebooktime.net/book_129.html)
2. Sabluk P.T. Economic mechanism of agriculture // Problems of economics of agriculture complex and forming of its personnel potential : monograph / Ed. by P.T. Sabluk, V.J. Ambrosov, G.E. Maznev . – Vol. 1. – K.: IAE, 2000. – P. 360-372
3. Karpenko V.L. Forming of motives and incentives of innovation activity of enterprises : review of PhD thesis in economics: speciality 08.06.01 “Economics, organization and management of enterprises”/ V.L. Karpenko. – Hmelnickiy, 2005. – 20 p.
4. Pavlovska N. Notes on reinforcement of motivation to work / N. Pavlovska // Ukraine:aspects of labour. – 2010. - # 3. – P. 16-20
5. Kosteley O.A. Motivational mechanism for development of building holding / O.A. Kosteley // Economic Area. – 2010. - # 47. – P. 186-191
6. Fedorchak O. Classification of state management mechanisms / O. Fedorchak // Research Herald ‘Democratic managment’. – 2008. – # 1 [Electronic resource]. – Access of mode: [http://archive.nbu.gov.ua/e-journals/devr/2008-01/o\\_fedorchak.pdf](http://archive.nbu.gov.ua/e-journals/devr/2008-01/o_fedorchak.pdf)
7. Vlasov V.G. Political and legal mechanism of state management as a basis of international cooperation in the regions / V.G. Vlasov // Actual problems of state management. – 2011. - #2 [Electronic resource]. – Access of mode: <http://www.kbuapa.kharkov.ua/e-book/apdu/2011-2/doc/4/12.pdf>
8. Kornev M.O. Notes about political mechanisms of regulation of social life / M.O. Kornev // [Electronic resource]. – Access of mode: <http://www.tstu.ru/education/elib/pdf/st/2005/kornevs.pdf>
9. Shabrov O. Political management. Problems of stability and development / O. Shabrov. – M.:INTELLECT, 1997. – 200 p.
10. Prihodchenko L.L. Political and institutional mechanisms of state management of interests compliance / L.L. Prihodchenko [Electronic resource]. – Access of mode: [http://archive.nbu.gov.ua/portal/soc\\_gum/apdu/2010\\_2/doc/1/02.pdf](http://archive.nbu.gov.ua/portal/soc_gum/apdu/2010_2/doc/1/02.pdf)

Надійшла 11.09.2013; рецензент: д. е. н. Пилипів В. В.

УДК 338.46+37(477)

О. М. ХМЕЛЕВСЬКА

Інститут демографії та соціальних досліджень ім. М. В. Птухи НАН України, м. Київ

**СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ ФІНАНСУВАННЯ СИСТЕМИ ОСВІТИ В УКРАЇНІ**

*Досліджено сучасний стан та джерела фінансування системи освіти в Україні з використанням даних Допоміжного рахунку освіти, проаналізовано структуру споживання фінансових ресурсів основними постачальниками освітніх послуг, виявлено тенденції щодо зміни участі державного та недержавного секторів у фінансовому забезпеченні освітніх провайдерів.*

*Ключові слова: система освіти, провайдери освітніх послуг, джерела фінансування освіти, витрати на освіту, допоміжний рахунок освіти.*

O. KHMELEVSKA

Ptoukha Institute for Demography and Social Studies of NAS of Ukraine, Kyiv

**THE MODERN TRENDS IN FINANCING OF EDUCATION IN UKRAINE**

*This article is dedicated to the identification of current trends and characteristics of the financing of education using data from the Educational satellite account for 2007–2011 years. The functional structure of public expenditures on education and changes in the sources of their funding, the final structure of consumption of the financial flows at the level of educational providers ISCED 0–6 are analyzed. The peculiarities of financing of educational providers by households are researched. Besides, the basic trends in changes of participation of public and of nongovernmental sectors in financing of education are discovered. The article emphasizes that the role of Ukrainian government in funding education is quite significant and it is even increasing, that the significant amount of financial resources directed through local budgets. The participation of the non-governmental sector in the financing of education each year is reducing. However, almost the entire amount of these cash flows provided by households and the participation of private companies is negligible. Therefore, further development of the education system depends not only on increasing of the volume of financial resources and of the effectiveness of their use, but it also depends on the diversify of financing sources of education, particularly by employers, NGOs and foundations, international donors.*

*Keywords: the system of education, the providers of educational services, financing sources of education, educational expenditure, Educational satellite account.*

**Постановка проблеми.** За роки незалежності України структура, параметри та зміст освіти зазнали суттєвих змін, а управління освітою (у порівнянні з радянським періодом) позбулося жорсткого державного пресингу, зокрема ідеологічного, адміністративного й фінансового. Разом з цим широке впровадження ринкових відносин поставило на порядку денному не тільки питання щодо зміцнення економічних засад системи освіти та розширення джерел її фінансування, а й дотримання державних гарантій у сфері освіти, зокрема реалізацію права на безоплатну освітню підготовку, фінансову доступність якісних освітніх послуг для різних категорій населення. Тому врахування сучасних тенденцій фінансування національної системи освіти надасть можливість удосконалити управлінські аспекти її фінансової діяльності, оптимізувати частину фінансових потоків у цю галузь, скоригувати заходи державної освітньої політики щодо розширення доступу населення до якісних освітніх послуг.

**Актуальність дослідження.** Основною метою освіти в Україні проголошено всебічний розвиток людини як особистості та найвищої цінності суспільства. Відповідно до ст. 53 Конституції України держава повинна забезпечити доступність і безоплатність усіх видів освітньої підготовки – дошкільної, повної загальної середньої, професійно-технічної, вищої (у державних і комунальних закладах – на конкурсній основі) та післядипломної освіти. Однак на практиці право громадян на безкоштовну освіту не реалізується у повному обсязі, а більшість видів функціональної діяльності навчальних закладів наразі фінансуються не тільки за рахунок державного сектора (центрального уряду, міністерств та відомств, місцевих бюджетів), а й за рахунок недержавного, насамперед коштів домогосподарств. При цьому недофінансування державою потреб провайдерів освітніх послуг може призвести до негативних наслідків, коли якість освіти дедалі залежатиме від формальних та неформальних доплат із кишені батьків. Окремою проблемою є поглиблення комерціалізації освіти, адже поширення платних послуг не гарантує нашим співвітчизниками доступу до якісної освіти, насамперед вищої.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Особливості взаємозв'язку фінансування системи освіти та людського розвитку в Україні досліджують такі вчені, як О. Грішнова, Н. Дєєва, І. Калачова, О. Макарова, В. Новіков, І. Щербина та ін. Різноманітні аспекти впливу освітніх інвестицій на якість життя та соціальну нерівність, а також взаємозалежність матеріального добробуту та освітнього рівня населення знайшли відображення у працях Г. Герасименко, Г. Дмитренко, Е. Лібанової, С. Полякової, Л. Черенько. Разом з цим проблематика фінансування постачальників освітніх послуг з різних джерел та тенденцій витрат на освіту в Україні є відносно новою та потребує ґрунтовнішого аналізу.

Метою статті є виявлення сучасних тенденцій та особливостей фінансування системи освіти з використанням даних Допоміжних рахунків освіти України за 2007–2011 рр., аналіз структури споживання фінансових ресурсів у сфері освіти, окреслення перспектив щодо участі державного та недержавного

секторів у фінансуванні освітніх провайдерів.

**Виклад основного матеріалу досліджень.** На сьогодні найбільш ефективним інструментом для здійснення аналізу стану та джерел фінансування національної системи освіти є Допоміжний (сателітний) рахунок освіти (далі – ДРО), що готується Державною службою статистики України [1]. У ньому відображені усі витрати на освіту (включаючи як державні, так і недержавні), а також рух фінансових потоків від одного учасника системи освіти до іншого. Таким чином є можливість дослідити загальні фінансові ресурси постачальників освітніх послуг (або провайдерів; відповідно до Міжнародної стандартної класифікації освіти – від МСКО 0 до МСКО 6) і відстежити, на здійснення яких видів діяльності та у якому обсязі вони використовують кошти.

За даними Державної служби статистики України загальні витрати на освіту (державні та приватні витрати разом з урахуванням офіційних та неофіційних прямих платежів населення) склали: у 2007 р. – 53,47 млрд грн (або 7,42% від ВВП); у 2008 р. – 70,39 млрд грн (відповідно 7,42%); у 2009 р. – 77,41 млрд грн (8,48%); у 2010 р. – 91,07 млрд грн (8,41%); у 2011 р. – 97,59 млрд грн (7,41% від ВВП) [1].

Як показав аналіз ДРО, протягом 2007–2011 рр. функціональна структура загальних витрат на освіту зазнала змін насамперед через зростання витрат на основні послуги у сфері освіти (з 72,1 до 78,1%) та, відповідно, скорочення витрат на усі інші другорядні види діяльності у межах закладах освіти і діяльність, що пов'язана з навчанням, зокрема на: послуги харчування (з 11,0 до 7,5%); адміністративні послуги (комунальні, фінансові, відрядження, будівництва та ремонт (капітальні витрати)) (з 8,5 до 8,4%); придбання інвентарю та обладнання (з 3,6 до 2,3%); фінансові послуги (трансферти населенню, стипендії, субсидії, поточні трансферти, капітальні трансферти) (з 3,2 до 2,9%); закупку підручників та канцелярських товарів (з 1,3 до 0,7%); медичні та транспортні послуги (з 0,3 до 0,1%).

З огляду на джерела фінансування цих видів діяльності навчальних закладів, можна говорити про зростання ролі державного сектору у фінансуванні освіти та зменшення співфінансування освіти домогосподарствами. Так, частка витрат домогосподарств на послуги харчування скоротилася з 65,7% у 2007 р. до 44,4% у 2011 р., покупку інвентарю та обмундирування – відповідно з 92,2 до 67,9%, придбання підручників та канцтоварів – з 74,3 до 63,7% (табл. 1).

Таблиця 1

Структура джерел фінансування функціональної діяльності закладів освіти, % [1]

| Функції у межах закладів освіти | Державний сектор |       | Недержавний сектор: |      |                   |      |
|---------------------------------|------------------|-------|---------------------|------|-------------------|------|
|                                 |                  |       | домогосподарства    |      | приватні компанії |      |
|                                 | 2007             | 2011  | 2007                | 2011 | 2007              | 2011 |
| Послуги у сфері освіти          | 82,7             | 84,3  | 15,8                | 14,7 | 1,5               | 1,0  |
| Медичні та транспортні послуги  | 100,0            | 100,0 | -                   | -    | -                 | -    |
| Послуги харчування              | 34,3             | 55,6  | 65,7                | 44,4 | -                 | -    |
| Адміністративні послуги         | 92,2             | 96,3  | 7,8                 | 3,7  | -                 | -    |
| Інвентар та обмундирування      | 7,6              | 32,1  | 92,4                | 67,9 | -                 | -    |
| Підручники та канцтовари        | 25,7             | 36,3  | 74,3                | 63,7 | -                 | -    |
| Фінансові послуги               | 100,0            | 100,0 | -                   | -    | -                 | -    |

Це підтверджують й дані щодо зменшення питомої ваги витрат домогосподарств на освіту протягом 2007–2011 рр. Так, у 2007 р. за рахунок власних доходів домогосподарств було профінансовано 23,5% усіх загальних витрат на освітню підготовку населення, у 2008 р. – 19,7%, у 2009 р. – 19,0%, у 2010 р. – 17,5%, у 2011 р. – 17,1% (у абсолютному вимірі у 2007 р. на освіту домогосподарствами було витрачено 12,6 млрд грн.; у 2011 р. – 16,7 млрд грн., у т. ч.: 11,2 млрд. – безпосередньо на освітні послуги на усіх рівнях освіти (від дошкільної до післядипломної); 3,3 млрд. – на послуги харчування; 0,3 млрд. – на адміністративні послуги; 1,5 млрд. – на придбання інвентарю та обмундирування; 0,4 млрд. грн. – на покупку підручників та канцтоварів).

Слід зазначити, що за період незалежності в Україні не тільки урізноманітнено організаційно-правові форми здобуття освіти різних рівнів, а й диверсифіковано джерела фінансового наповнення освітньої системи. Вагому частину фінансування навчальних закладів передано з державного на місцевий рівень, з'явилися можливості щодо залучення коштів органів державної влади, юридичних та фізичних осіб. Безумовно, це є певним поступальним кроком у розбудові економічних засад національної системи освіти. Однак порівняння сучасної моделі фінансування освіти України з її історичним «прототипом» часів Російської імперії [2] вказує на її звуженість та інституціональну обмеженість. Так, фінансування навчальних закладів українських губерній, що входили до складу Російської імперії, здійснювалося з таких джерел (і часто паралельно): 1) кошти державного казначейства через відповідні міністерства і відомства; 2) кошти земств, міст, волостей, сільських громад та кошти губернського земського збору у неземських губерніях; 3) інші «громадські» кошти: церков і монастирів, приходських опікунств, військових кас, дворянства, громадських організацій; 4) приватні пожертвування; 5) плата за навчання; 6) відсотки з капіталу (оскільки багато вищих та середніх навчальних закладів мали повну господарську самостійність та

володіли власними капіталами). Також існували бюджетні та позабюджетні фонди для будівництва закладів освіти (при цьому були розвинені механізми співфінансування такого будівництва), а більшість недержавних закладів отримували кошти на утримання у вигляді допомоги та позик від уряду. Фінансова інформація про діяльність навчальних закладів усіх «рівнів» була прозорою: як правило, щорічно оприлюднювалися кошториси витрат та фінансові звіти закладів, а цільовий характер та ефективність витрачання коштів контролювалися державними органами і громадськістю [2].

Відповідно до сучасних міжнародних стандартів як основні класифікуються такі джерела фінансування національних освітніх систем: «державний сектор», «недержавний сектор» та «увесь інший світ» (витрати міжнародних організацій на освіту для резидентів певної країни). Структура фінансування провайдерів освітніх послуг в Україні за 2011 р. представлена на рис. 1.: вона складається лише з державного та недержавного секторів.

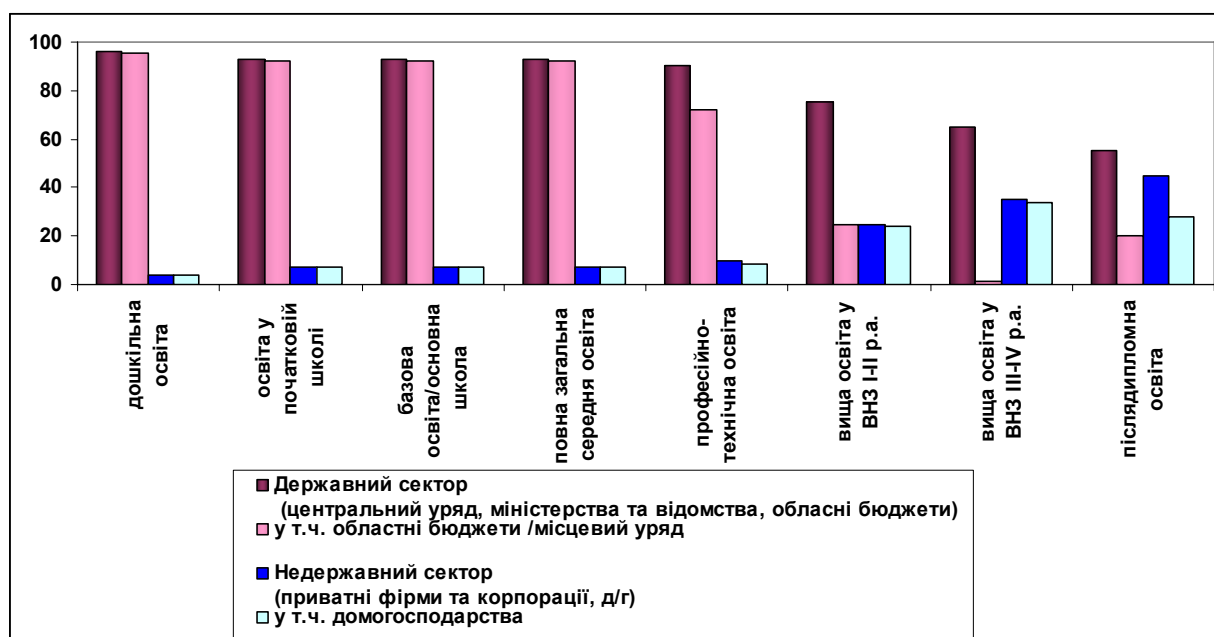


Рис. 1. Джерела фінансування провайдерів освітніх послуг в Україні у 2011 р., % [1]

Фінансування дошкільної освіти (МСКО 0) здійснюється переважно за рахунок коштів місцевих бюджетів (95,3%), а сукупні витрати домогосподарств складають лише 4% її загальної вартості. Основним джерелом фінансування усіх ланок шкільної освіти (МСКО 1–3) є також місцеві бюджети (92%), домогосподарства фінансують шкільну освіту на 6,9%. Професійно-технічна освіта (МСКО 4) на 90% фінансується державним сектором (з них 72,3% – витрати місцевих бюджетів), а 8,3% загальної її вартості фінансується за рахунок власних коштів домогосподарств. У сфері вищої освіти (МСКО 5A, 5B) найвідчутнішим є вплив ринкових відносин, оскільки значні обсяги для її фінансування залучаються з позабюджетних коштів, перш за все – з домогосподарств. Так, у 2011 р. за їх рахунок було профінансовано 31,8% загальної вартості вищої освіти, зокрема на 23,8% – вартість освіти у ВНЗ I–II рівнів акредитації та на 33,9% – у ВНЗ III–IV рівнів акредитації. Також є суттєвим внесок домогосподарств у фінансування післядипломної освіти (МСКО 6) – 27,6% її загальної вартості (рис. 1).

Основними кінцевими споживачами фінансових ресурсів освітньої галузі України залишається вища та середня ланки освіти (рис. 2). На функціонування загальноосвітніх навчальних закладів наразі спрямовується 39,0% загального обсягу коштів, у т. ч. 13,8% – на початкову школу, 17,3% – на основну та 7,9% – на старшу школу. На вищу освіту витрачається 40,7% коштів, значна частина з яких (а саме 32,4%) забезпечує функціонування ВНЗ III–IV рівнів акредитації. Аналіз розподілу загальних витрат за провайдерами освіти впродовж 2007–2011 рр. показує зростання фінансових потоків у дошкільну (з 10,3 до 12,6%) та професійно-технічну освіту (з 5,8 до 6,1%), що свідчить про затребуваність відповідних послуг у суспільстві.

З огляду на аспекти фінансової доступності освіти для населення важливо також вивчити структуру витрат домогосподарств, що спрямовувалися ними на освіту різних рівнів у відповідному році (рис. 3). За досліджуваний період спостерігаються доволі стабільні тенденції щодо зростання частки витрат на дошкільну (з 1,9% до 3,0%), вищу (з 71,9% до 75,8%) та післядипломну (з 1,6% до 2,6%) освіти, а також зменшення питомої ваги витрат на шкільну освіту (з 21,8% до 15,7%). Як показує рис. 3, скорочення частки витрат домогосподарств на середню освіту відбулося по усіх її ступенях: з 6,7% до 5,6% – по початковій школі, з 10,2% до 7,0% – по основній та з 4,9% до 3,2% – по старшій школі. Витрати домогосподарств на



професійно-технічну освіту можна вважати постійними (у межах 2,8–3,2%). Що стосується вищої освіти, то витрати домогосподарств на здобуття освіти у ВНЗ I–II рівнів акредитації упродовж 2007–2011 рр. коливаються у межах 10,1%–11,6%. Частка витрат на здобуття освіти у ВНЗ III–IV рівнів акредитації упродовж 2007–2010 рр. зростає з 60,7% до 64,9%, однак у 2011 р. дещо знизилась (64,1%).

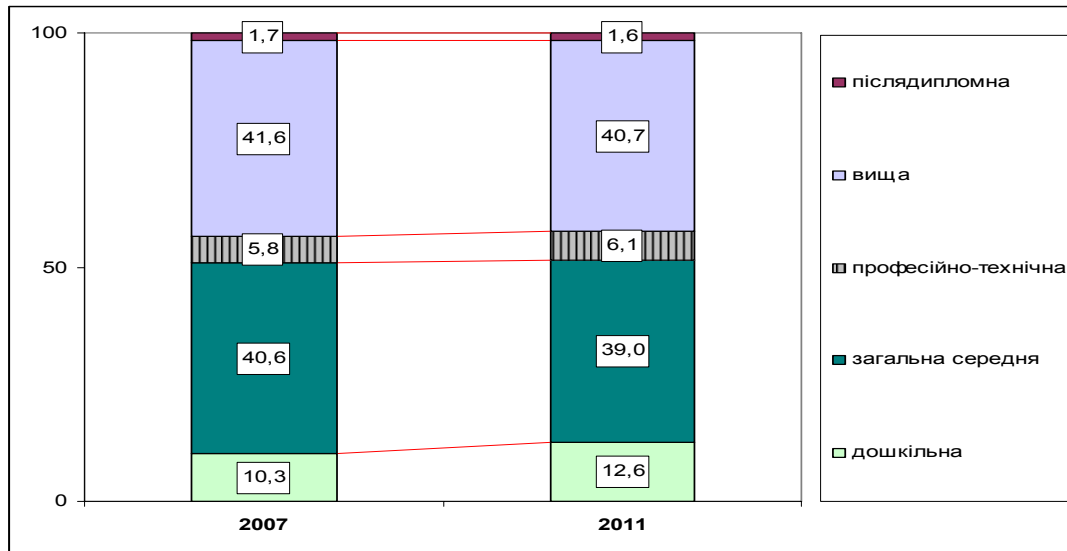


Рис. 2. Розподіл загальних витрат за провайдером освіти в Україні, % [1]

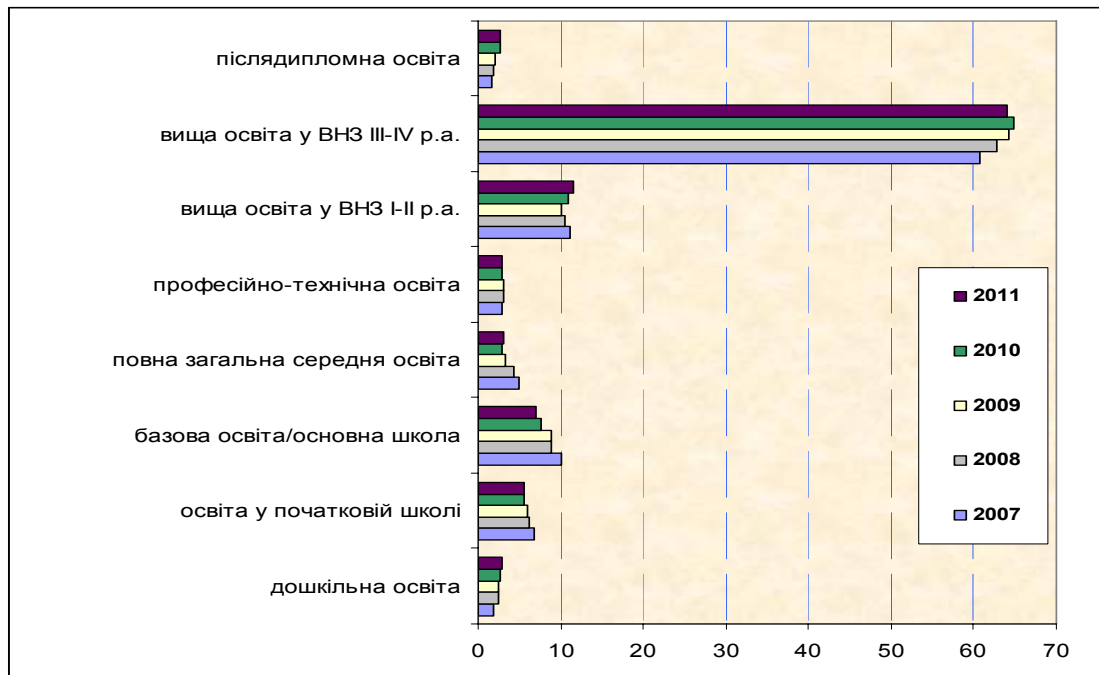


Рис. 3. Структура витрат домогосподарств на освіту\* протягом 2007–2011 рр., % [1]  
(примітка: \* Усього витрат домогосподарств на освіту у відповідному році – 100%)

Щодо участі домогосподарств у співфінансуванні освітніх провайдерів (серед інших фінансових посередників), то маємо констатувати про її поступове скорочення упродовж досліджуваного періоду майже на всіх рівнях освіти (від МСКО 0 до МСКО 5), окрім післядипломної (МСКО 6) – тут частка власних витрат домогосподарств зростає з 23,1% у 2007 р. до 28,0% у 2010 р., а у 2011 р. становила 27,6% (табл. 2).

У 2011 р. плата домогосподарств за навчання у закладах освіти у середньому на одну дитину становила [1, с. 11–13]:

- 367 грн у дошкільних закладах (або 4,0% вартості виховання у ДНЗ);
- 621 грн у школі (6,9% вартості навчання у ЗНЗ);
- 1202 грн у ПТНЗ (8,3% вартості підготовки учня у ПТНЗ);
- 5477 грн у ВНЗ (31,8% вартості навчання студента).

## Участь домогосподарств у співфінансуванні освітніх провайдерів, % [1]

| Рівень освіти                               | 2007 | 2008 | 2009 | 2010 | 2011 |
|---|------|------|------|------|------|
| дошкільна освіта                            | 4,3  | 4,4  | 4,2  | 4,0  | 4,0  |
| освіта у початковій школі                   | 12,6 | 9,5  | 8,7  | 7,2  | 6,9  |
| базова освіта/основна школа                 | 12,6 | 9,5  | 8,7  | 7,2  | 6,9  |
| повна загальна середня освіта               | 12,6 | 9,5  | 8,7  | 7,2  | 6,9  |
| професійно-технічна освіта                  | 11,4 | 10,2 | 10,1 | 8,0  | 8,3  |
| вища освіта у ВНЗ I-II рівнів акредитації   | 33,4 | 26,4 | 23,9 | 22,9 | 23,8 |
| вища освіта у ВНЗ III-IV рівнів акредитації | 42,4 | 36,8 | 36,1 | 34,4 | 33,9 |
| післядипломна освіта                        | 23,1 | 23,1 | 26,7 | 28,0 | 27,6 |

На здобуття післядипломної освіти у 2011 р. домогосподарства в середньому витрачали 12150 грн. на одну особу, що становить 27,6% загальної вартості здобуття освіти на рівні МСКО 6.

**Висновки.** Розвиток системи освіти значною мірою залежить від обсягів фінансових ресурсів та ефективності їх використання, а також диверсифікації джерел її фінансування, насамперед за рахунок роботодавців, громадських організацій та фондів, міжнародних донорів тощо. В Україні роль держави у фінансуванні освіти залишається досить вагомою і навіть зростає (2007 р. – 75,4%; 2011 р. – 82,1%); водночас фахівці наголошують на недосконалості бюджетних методів фінансування та міжбюджетних відносин [3, 4, 5], нерозвиненості багатоканального співфінансування освітньої сфери [6], низьку ефективність управління власними фінансовими ресурсами [7], відсутність реальної фінансової автономії навчальних закладів [8], брак коштів домогосподарств для здійснення освітніх інвестицій [9], незацікавленість роботодавців і бізнес-спільнот вкладати кошти у освіту [10].

Проведене дослідження показало, що у 2011 р. система освіти в Україні вже на 82,1% фінансувалася державою; значна частина з цих коштів (55,1%) спрямовувалася до освітніх провайдерів через місцеві бюджети. Недержавний сектор профінансував освіту лише на 17,9%, однак майже усі ці фінансові надходження забезпечувалися за рахунок власних коштів домогосподарств (17,1%), і тільки 0,8% – за рахунок приватних фірм та корпорацій.

Хоча обсяги фінансових надходжень в освіту від домогосподарств у абсолютному значенні протягом 2007–2011 рр. зросли на 32,8%, у відносному вимірі спостерігається тенденція щодо зменшення участі домогосподарств у співфінансуванні системи освіти серед інших фінансових посередників. Попри покращання державної підтримки освіти, цей факт може свідчити й про недостатність власних ресурсів населення для подальшого нарощування інвестицій у освітню підготовку. Так, у 2007 р. за рахунок власних доходів домогосподарств було профінансовано 23,5% усіх загальних витрат на освітню підготовку населення, у 2008 р. – 19,7%, у 2009 р. – 19,0%, у 2010 р. – 17,5%, у 2011 р. – 17,1%. Участь домогосподарств у співфінансуванні освітніх провайдерів скорочується майже по всіх рівнях освіти (від МСКО 0 до МСКО 5), окрім післядипломної (МСКО 6). Ситуація, що склалася у сфері післядипломної освіти, потребує додаткових досліджень, насамперед щодо необхідності для працездатного населення покращувати рівень власної фахової підготовки відразу ж після здобуття професійної освіти або взагалі змінювати напрям професійної діяльності на ринку праці.

Отже, отримання об'єктивної інформації щодо особливостей сучасного фінансування системи освіти є передумовою для подальшого удосконалення економічних засад системи освіти. При цьому темпи та глибина перетворень у сфері освіти повинні відповідати очікуванням суспільства щодо покращення якості та фінансової доступності освітніх послуг, справедливого розподілу суспільних благ серед усіх категорій населення.

## Література

1. Національні рахунки освіти України у 2011 році: Статистичний бюлетень / відпов. за випуск І. Калачова. – Державна служба статистики України. – К., 2013. – 76 с.
2. Сапрыкин Д.Л. Образовательный потенциал Российской Империи / Сапрыкин Д.Л. – М. : ИИЕТ РАН, 2009. – 176 с.
3. Державний бюджет і бюджетна стратегія в умовах економічних реформ : у 4 т. / ДННУ «Акад. фін. управління» ; за заг. ред. М.Я. Азарова. – К., 2011. – Державні соціальні видатки: напрями раціоналізації та підвищення ефективності / ред. колегія: Е.М. Лібанова, О.В. Макарова, В.М. Новіков та ін. – 2011. – Т. 4 – 608 с.
4. Герасименко Г.В. Регіональні особливості реалізації соціальних функцій місцевих бюджетів в Україні / Г.В. Герасименко // Демографія та соціальна економіка. – 2012. – № 2 (18). – С. 53–60.
5. Николишин Ю.А. Проблеми вдосконалення бюджетної політики України в сфері формування місцевих бюджетів / Ю.А. Николишин, Ю.І. Антонюк // Вісник Хмельницького національного університету. – 2011. – № 6. – Т. 4. – С. 269–271.

6. Величко О.В. Проблеми бюджетного забезпечення закладів освіти в Україні / О.В. Величко, Н.О. Пашкова // Вісник Хмельницького національного університету. – 2012. – № 2. – Т. 1. – С. 157–162.

7. Економічні та гуманітарні напрями розвитку соціальної інфраструктури: колективна монографія / [В.М.Новіков, Н.М.Дєєва, Г.А.Дмітренко та ін.] / за наук. ред. В.М. Новікова. – К. : Інститут демографії та соціальних досліджень ім. М.В. Птухи НАН України. – 2011. – 511 с.

8. Новіков В.М. Державно-корпоративна інтеграція: інституціональна структура та механізми розвитку / В.М.Новіков // Демографія та соціальна економіка. – 2012. – № 1(17). – С. 129–137.

9. Людський розвиток в Україні: трансформація рівня життя та регіональні диспропорції [колективна монографія] / відпов. за випуск Л.М.Черенько, О.В.Макарова, за ред. Е.М. Лібанової. – [У 2-х томах]. – К. : Ін-т демографії та соціальних досліджень ім. М.В.Птухи НАН України, 2012. – 436 с.

10. Цілі розвитку тисячоліття. Україна [національна доповідь] / Міністерство економіки України. – К., 2010. – 107 с.

#### References

1. Natsionalni rakhunky osvity Ukrainy u 2011 rotsi: Statystichniy buleten, State Statistics Service of Ukraine, Kyiv, 2013, 76 p.
2. Saprykin D.L. Obrazovatelnyy' potencial Rossijskoj' Imperii, Moscow, IHST RAS, 2009, 176 p.
3. Derzhavnyi biudzhnet i biudzhnetna stratehiia v umovakh ekonomichnykh reform [4 Vol.] Ed. by M.Ya.Azarov; Derzhavni sotsialni vydatki: napriamy ratsionalizatsii ta pidvyshchennia efektyvnosti, Volume 4, DNNY "Akademiia finansovoho upravlinnia", Kyiv, 2011, 608 p.
4. Gerasymenko G.V. Regional Peculiarities of Realization of Social Functions of Local Budgets in Ukraine, Demography and Social Economy, Kyiv, 2012, Volume 2(18), pp. 53–60.
5. Nykolychyn U.A., Antonuk U.A. Problemy vdoskonalennia budzhetnoi polityky Ukrainy v sferi formuvannia mistsevnykh budzhetiv. Visnyk Khmelnytskoho natsionalnoho universytetu. Economical science. Khmelnytsky. 2011. Volume 6. Part 4, pp. 269–271.
6. Velychko O.V., Pashkova N.O. Problemy budzhetnoho zabezpechennia zakladiv osvity v Ukraini. Visnyk Khmelnytskoho natsionalnoho universytetu. Economical science. Khmelnytsky. 2012. Volume 2. Part 1, pp. 157–162.
7. Ekonomichni ta humanitarni napriamy rozvytku sotsialnoi infrastruktury: kolektyvna monohrafiia. Ed. by V.M.Novikov, Ptoukha Institute for Demography and Social Studies of NAS of Ukraine, Kyiv, 2011, 511 p.
8. Novikov V.M. The State and corporation integration: the institutional structure and development mechanism, Demography and Social Economy, Kyiv, 2012, Volume 1(17), pp. 129–137.
9. Ludskiy rozvytok v Ukraini: transformatsiia rivnia zhyttia ta regionalni dysproportsii: kolektyvna monohrafiia. Ed. by E.M.Libanova, Volume 1–2, Ptoukha Institute for Demography and Social Studies of NAS of Ukraine, Kyiv, 2012, 436 p.
10. The Millennium Development Goals. Ukraine–2010: National Report, Ministry of economy of Ukraine, Kyiv, 2010, 107 p.

Надійшла 19.09.2013; рецензент: д. е. н. Макарова О. В.

УДК 658.16

А. А. КОРБУТ

Хмельницький національний університет

## РАЦІОНАЛІЗАЦІЯ СИСТЕМИ ЗАЛУЧЕННЯ ТА ЕФЕКТИВНОГО ВИКОРИСТАННЯ ФІНАНСОВИХ АКТИВІВ

*Запропоновано три напрями раціоналізації системи залучення та ефективного використання фінансових активів, що передбачають мобілізацію внутрішніх ресурсів, нарощення обсягів господарських операцій, реалізації продукції, товарів, робіт, послуг, модернізацію технологічних процесів та системи управління, запровадження механізму організації та використання обігових коштів, формування елементів фінансової системи, управління основними засобами тощо.*

*Ключові слова: обігові кошти, ефективність, активи, конкурентоспроможність, фінансові ресурси.*

A. KORBUT

Khmelnytsky National University

## RATIONALIZATION OF THE SYSTEM OF FINANCIAL ASSETS ATTRACTION AND EFFECTIVE USAGE

*The three directions of the rationalization of the system of financial assets attraction and effective usage that provide the mobilization of internal resources, increase the volume of business transactions, sales of products, goods and services are proposed. These directions also provide the modernization of technological processes and management system, implementation of the mechanism of working assets organization and usage, formation the financial system's elements, management of basic assets, etc.*

*Keywords: running costs, efficiency, assets, competitiveness, financial resources.*

**Постановка проблеми у загальному вигляді та її зв'язок із важливими науковими та практичними завданнями.** З практичної точки зору здійснюючи реструктуризацію, залучення та використання фінансових активів підприємств слід врахувати спеціалізацію, стадію економічного циклу, а також комплекс сучасних проблем, що визначають результати їх використання. Негативні результати управління фінансовими активами останніх років сформовані як через негативні наслідки розвитку економічної кон'юнктури, так і через неефективність господарського та фінансового механізму самих

підприємств. Дія несприятливих макроекономічних чинників доповнюється негативними наслідками структурної неадекватності галузі, базові елементи якої сформовані в умовах директивної економіки, централізації системи формування обігових засобів та активів. Актуальною також залишається проблема відсутності досвіду управління фінансами серед менеджерів вищого та середнього рангу, що призводить до прийняття неадекватних рішень та подальшого погіршення фінансового стану суб'єктів господарювання.

Серед суб'єктів господарювання спостерігається тенденція до зменшення обсягів обігових коштів. Основними причинами відзначаються: зниження грошового потоку від експорту та реалізації на внутрішньому ринку, зменшення фінансування державних програм розвитку науково-технічних галузей, що здійснюються за рахунок коштів державного бюджету.

За тривалої кризи, зниження фінансового потенціалу, втрати виробничих потужностей, ліквідності та платоспроможності підприємства залишаються не чутливими до поліпшення чи погіршення кон'юнктури фінансово-кредитного ринку.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Дослідженню проблем реструктуризації, раціоналізації системи залучення та використання активів присвятили свої праці ряд відомих представників національної та зарубіжних наукових шкіл, серед яких: І. Ансофф, В. Андрейчук, С. Барнгольд, О. Василик, І. Долон, П. Жевтяк, А. Ковальова, М. Крейніна, А. Куліш, С. Куліш, Г. Нам, В. Одесс, О. Орлов, О. Павленко, А. Поддєрьогін, О. Стоянова, В. Хойер, Н. Шульга та ін. В межах досліджень наведених науковців формалізовано основні положення обраної теми, визначено принципи, управлінські важелі та рекомендації з вдосконалення управління фінансовими активами на сучасних підприємствах.

**Невирішені частини проблеми.** Сучасний етап розвитку підприємств вимагає пошуку нових підходів до реалізації системи залучення та раціонального використання фінансових активів, оскільки традиційно застосовувані втратили свою ефективність.

**Постановка завдання.** Визначити підходи до раціоналізації системи залучення та ефективного використання фінансових активів.

**Основний матеріал дослідження.** З урахуванням результатів господарської діяльності, управління обіговими коштами та активами, сучасної кон'юнктури фінансового ринку та ринків збуту, високим впливом наслідків світової фінансової кризи та низької ефективності менеджменту активів, доцільно визначитись з рекомендаціями з формування механізму організації обігових коштів підприємств. Переслідуючи завдання ефективної роботи, перед впровадженням рекомендацій для більшості підприємств необхідно провести реструктуризацію, а для деяких завершити її [1, 2].

Негативними сторонами роботи державних підприємств є критична залежність від зовнішнього фінансування, з одночасним загрозливим зростанням довгострокових зобов'язань, катастрофічним падінням обсягів грошових коштів в господарському обігу, і як ознак тривалої кризи стало зниження коефіцієнта трансформації та обертання власного капіталу, погіршення структури довгострокових вкладень і структури залученого капіталу, проблем з ліквідністю. Причиною погіршення фінансово-економічних показників виступає зниження обсягів господарських операцій, і зокрема реалізації продукції, товарів, робіт, послуг, через що наявний виробничий потенціал не співмірний з затратами на його утримання [3, с. 20].

Оскільки зниження реалізації пов'язане з втратою цільових ринків, безальтернативним варіантом проведення реструктуризації державних підприємств слід вважати розпродаж частини не застосованих у основній діяльності активів, з метою отримання обігових засобів та ліквідації заборгованості (рис. 1).

Критичний фінансовий стан групи державних підприємств вимагає здійснення комплексу заходів, що за своєю суттю набувають характеру вимушених, і не завжди гарантують досягнення високої ефективності та безумовних ефектів. З іншої сторони їх незастосування прискорює подальше погіршення показників фінансового стану.

Перший етап реструктуризації державних підприємств спрямований на відновлення платоспроможності, в ході якого підприємству рекомендовано реалізувати всі матеріально-технічні ресурси, основні засоби та об'єкти нерухомості незадіяні у виробничо-господарській діяльності, або наявність яких не є критично необхідною для підтримання технологічних процесів і господарських операцій.

Відновлення платоспроможності тотожній зі спроможністю наростити попередні обсяги господарських операцій та одночасно виступити підприємством, що гарантує виконання укладених договорів та контрактів. Відновлення виробничо-господарського потенціалу забезпечує можливість нарощення обсягу виготовлення товарів, виконання робіт та надання послуг. В той же час, звичайна практика прямого збуту та використання послуг посередників вичерпала себе. Тому на другому етапі реструктуризації фінансової діяльності державних підприємств слід запровадити інноваційні для нього інструменти збуту, що потенційно спроможні наростити обсяги грошового потоку. Зокрема цими інструментами можуть стати: виробничий франчайзинг, спільне підприємництво, операції з давальницькою сировиною та реалізація за лізинговою схемою.

Нарощення господарської активності, що потенційно приводить до зростання грошового потоку слід використати в якості бази оновлення застарілої матеріально-технічної бази. Реалізація заходів модернізації технологічних процесів потенційно спроможна знизити енерго- та матеріаломісткість продукції, знизити витрати виробництва, обсяги необхідних матеріально-технічних ресурсів, і в кінцевому

результаті – вивільнити частину обігових коштів, підвищити раціональність використання наявних в розпорядженні підприємства активів, наростити конкурентоспроможність. Одночасно запорукою ефективності запровадження механізму організації та використання обігових коштів, формування елементів фінансової системи є модернізація системи управління і подолання нестачі управлінського досвіду що став причиною сучасного критичного фінансового стану.



Рис. 1. Етапи підготовки до раціоналізації системи залучення та ефективного використання фінансових активів державних підприємств

На відміну від державних підприємств, негативні тенденції організації та використання обігових коштів середніх підприємств викликані суттєво іншими причинами. Останні можна охарактеризувати, як погіршення структури балансу та зростання ризику платоспроможності наслідок інтенсивного нарощення інвестицій за рахунок мобілізації внутрішніх ресурсів підприємства. Підприємство здійснює агресивну інвестиційну політику та застосовує активний підхід до фінансування поточних активів, зокрема фінансує інвестиції за рахунок приросту активів та нарощує інтенсивність використання обігових коштів [4, с. 148].

Відмінність між ситуацією з попереднім випадком полягає у тому, що підприємства цієї групи стоять перед проблемою високих ризиків погіршення платоспроможності, проте підстав вважати що існує загроза банкрутства немає. Наявні проблеми, ймовірно, виникли у зв'язку з наслідками світової фінансової кризи, через що обсяги реалізації товарів, робіт, послуг різко знизилась. З огляду на вказані обставини для групи середніх підприємств не слід вдаватись до мобілізації внутрішніх ресурсів, оскільки це призведе до ще більшого напруження у структурі активів. І, в першу чергу, заходи слід спрямувати на нарощення грошового потоку, з одночасним підвищенням ефективності управління кредиторською заборгованістю, що виглядає непропорційно високою відносно обсягів реалізації (рис. 2) [5, 6].

Нарощення обсягів реалізації та на його основі – грошового потоку, зніме з порядку денного проблему ризиків неплатоспроможності. Уникнення неплатоспроможності за існуючих тенденцій фінансових показників підприємств може відбутись в результаті завершення світової економічної кризи та за таких умов – зростання платоспроможного попиту. Інший варіант – запровадження спеціальних збутових інструментів, що забезпечують зростання обсягів реалізації товарів, робіт, послуг. З приведених альтернатив, як показують макроекономічні тренди та стан національної економіки, перший варіант залишається малоймовірним. Таким чином, запровадження заходів нарощення грошового потоку виступає невід'ємною складовою підготовки до впровадження механізму організації та використання обігових коштів.



Рис. 2. Етапи підготовки до раціоналізації системи залучення та ефективного використання фінансових активів середніх машинобудівних підприємств

До числа інструментів збутової політики, за цільової орієнтації на нарощення грошового потоку, для підприємства доцільного розпочати формування власної франчайзингової мережі, що забезпечує розширення географічного охоплення.

Поряд з франчайзингом, інструментом що забезпечує зростання грошового потоку слід також використати лізингову схему підтримки реалізації дорогих високотехнологічних виробів. Для товарів масового виробництва доцільним є застосування факторингу, як інструменту стимулювання авансованих оплат та скорочення дебіторської заборгованості, обсяг яких на кінець аналізованого періоду перевищує обсяг реалізації.

Необхідно також розглянути можливість створення спільного підприємства з метою одночасного залучення основних засобів, технологій, обігових коштів та отримання доступу до нових збутових ринків.

Вирівнювання грошового потоку забезпечує основу для раціоналізації управління основними засобами. Зокрема, проблема відволікання обігових активів підприємства на реалізацію інвестиційних програм, може бути нівельована за рахунок застосування лізингових інструментів отримання основних фондів, а також за рахунок їх оренди.

Безпосереднє вдосконалення управління обіговими коштами та активами для групи середніх підприємств, полягає в пошуку альтернативних інструментів залучення ресурсів господарської діяльності. Зокрема, до такого роду інструментів слід віднести овердрафт – відновлювану кредитну лінію на покриття негативного сальдо платежів, контокорентний кредит – кредитування платіжних зобов'язань підприємства за недостатньої кількості грошових засобів на банківському рахунку, векселі – продажу боргових зобов'язань клієнтів, форфейтинг – продаж боргових зобов'язань зарубіжних контрагентів. За недостатньої кількості інвестиційних ресурсів доцільним також є використання зворотного лізингу в якості джерела їх отримання. А за закупівель сировини та матеріалів доцільним є хеджування експортно-імпорتنних операцій.

Впровадження та забезпечення ефективності застосування перерахованих елементів виступає основою формування механізму організації та використання обігових коштів та активів. Повноцінне функціонування механізму вимагає лише узгодження в застосуванні його елементів за критерієм досягнення синергійного ефекту, і досягається за умов взаємодоповнюваності приведених складових в досягненні цілей і завдань функціонування механізму та дотримання принципів фінансового менеджменту [7, с. 60; 8, с. 39; 9].

Найрезультативнішим серед сучасних підприємств є група суб'єктів господарювання, що завершує проведення реструктуризації активів.

Слід підкреслити, що обсяг грошових коштів цієї групи підприємств за винятком кризового 2009 р. змінився незначно, а формування обігових активів відбулось за рахунок нарощення виробничих запасів та дебіторської заборгованості за розрахунками. За умов повторення високого рівня економічних ефектів

вказаної групи підприємств, основою вдосконалення для раціоналізації системи залучення та ефективного використання фінансових активів має стати модернізація виробництва з метою зниження енерго- та матеріаломісткості (рис. 3).



Рис. 3. Етапи завершення реструктуризації системи залучення та раціонального застосування фінансових активів підприємств

Для останньої групи підприємств переважна частина проблем попередніх груп нівельована, не має ключового значення та неактуальна. Разом з тим, через переважно орієнтацію на ринки збуту нестабільних країн, існує небезпека зриву контрактів та їх не укладання повторно через політичні проблеми відносин між Україною, і наприклад, Російською федерацією, як це вже було по інших товарних групах.

Таким чином, ризики втрат грошового потоку є досить високими, і підприємствам необхідно диверсифікувати продуктивні стратегії з одночасною їх фінансовою підтримкою. Зокрема, доцільно рекомендувати розширення номенклатури виробів, диверсифікувати її відповідно запитам споживачів, розширити географію представників сервісного обслуговування.

Поряд зі збутовими інструментами, доцільно запровадити лізингову схему супроводження купівлі-продажу, за рахунок чого, розширити діяльність на інші країни, зняти політичні ризики, стабілізувати грошовий потік.

Окремий напрям підготовки до впровадження механізму організації та використання обігових коштів – модернізація технологічних процесів та технічного забезпечення виробництва. Ефективність реалізації другого етапу визначить здатність підприємства знизити витрати на енергетичні та матеріальні ресурси, економити на їх закупівлі. Як наслідок, економія забезпечить: зростання маржі, здатність до цінової конкуренції, обсяги отримуваних прибутків, фінансових та інвестиційних ресурсів.

З метою уникнення відволікання грошових засобів з господарського обігу, модернізацію технологічних процесів доцільно проводити за лізинговою схемою залучення основних фондів, а також за допомогою оренди.

Поряд з модернізацією технічних засобів та технологічних процесів, доцільним є запровадження фінансових інструментів організації обігових коштів. До останніх слід віднести: овердрафт, контокорентний кредит, зворотній лізинг, векселі та форфейтинг.

Головним завданням підготовчого етапу до впровадження механізму є стабілізація досягнутого обсягу господарських операцій та адаптація до фінансового менеджменту в його межах.

**Висновки та перспективи подальших досліджень.** В межах основних тенденцій розвитку сучасних машинобудівних підприємств запропоновано три напрями комплексної реалізації заходів раціоналізації системи залучення ефективного використання фінансових активів, що передбачають нарощення грошового потоку, використання інструментів прискорення обігових засобів, залучення основних фондів, що в кінцевому результаті забезпечує раціоналізацію системи залучення та ефективного використання фінансових активів.

Перспективи подальших досліджень слід намітити у напрямку побудови механізму управління фінансовими активами підприємств на основі запропонованих напрямів раціоналізації системи їх залучення та застосування.

Література

1. Алексеев А., Герцог І. Національні особливості формування обігового капіталу // ЕКО. – 1997 р. – № 10 – С. 53–58.
2. Андрушак Є.М. Діагностика банкрутства українських підприємств // Фінанси України. – 2004. – №9. – С. 118–125.
3. Бабич Л.М. Формування оптимальної структури оборотних коштів підприємства [Текст] / Л.М. Бабич // Актуальні проблеми економіки. – 2001. – № 9. – С. 12–24.
4. Байцим В. Напрями зниження рівня збитковості підприємств // Вісник Національної академії державного управління при Президенті України. – 2004. – №4. – С. 144–150.
5. Баканов М.І., Сергеев Е.А. Аналіз ефективності використання оборотних засобів // Бухгалтерський облік. – 1999 р. – № 10 – С. 64–65.
6. Бланк І.О. Концепція управління грошовими потоками підприємства // Банківська справа. – 1999. – №3. – С. 52–56.
7. Бондарева І. Обґрунтування структури джерел фінансування оборотних коштів підприємств // Економіка: проблеми теорії та практики. – Вип. 43. С. 57 – 63.
8. Воробйов Ю.М. Формування власного фінансового капіталу підприємств // Фінанси України. – 2008. – № 6. – С. 36–42.
9. Гоцуляк С.М. Менеджмент обігового капіталу підприємства як фактор економічного зростання // Економіка і регіони. – ПолтНТУ. – 2007, № 4(15). – С. 128–130.

References

1. Aleksieiev A., Hertsoh I. Natsionalni osoblyvosti formuvannia obihovoho kapitalu // EKO. – 1997 r. – # 10 – S. 53–58.
2. Andrushchak Ye.M. Diahnostyka bankrutstva ukrainskykh pidpriumstv // Finansy Ukrainy. – 2004. – #9. – S. 118–125.
3. Babych L.M. Formuvannia optymalnoi struktury oborotnykh koshtiv pidpriumstva [Tekst] / L.M. Babych // Aktualni problemy ekonomiky. – 2001. – # 9. – С. 12–24.
4. Baitsym V. Napriamy znyzhennia rivnia zbytkovosti pidpriumstv // Visnyk Natsionalnoi akademii derzhavnoho upravlinnia pry Prezydentovi Ukrainy. – 2004. – #4. – S. 144–150.
5. Bakanov M.I., Serhieiev E.A. Analiz efektyvnist vykorystannia oborotnykh zasobiv // Bukhhalterskyi oblik. – 1999 r. – # 10 – S. 64–65.
6. Blank I.O. Kontseptsiiia upravlinnia hroshovymy potokamy pidpriumstva // Bankivska sprava. – 1999. – #3. – S. 52–56.
7. Bondareva I. Obgruntuvannia struktury dzherel finansuvannia oborotnykh koshtiv pidpriumstv // Ekonomika: problemy teorii ta praktyky. – Vyp. 43. S. 57 – 63.
8. Vorobiov Yu.M. Formuvannia vlasnoho finansovoho kapitalu pidpriumstv // Finansy Ukrainy. – 2008. – # 6. – S. 36–42.
9. Hotsuliak S.M. Menedzhment obihovoho kapitalu pidpriumstva yak faktor ekonomichnoho zrostannia // Ekonomika i rehiony. – PoltNTU. – 2007, # 4(15). – S. 128–130.

Надійшла 19.09.2013; рецензент: д. е. н. Нижник В. М.



## АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ ЗАСТОСУВАННЯ ТЕОРІЇ І ПРАКТИКИ МАРКЕТИНГУ

УДК 339.94

П. Г. ІЛЬЧУК

Національний університет «Львівська політехніка»

## МОДЕЛЬ МАРКЕТИНГОВОЇ СТРАТЕГІЇ ІНТЕРНАЦІОНАЛІЗАЦІЇ ПІДПРИЄМСТВ

*У статті систематизовано стратегії інтернаціоналізації підприємств, уточнено відмінності багатонаціональної та глобальної стратегій як різновидів стратегій інтернаціоналізації, виділено та згруповано фактори впливу на формування моделі маркетингової стратегії інтернаціоналізації підприємства та розроблено модель маркетингової стратегії інтернаціоналізації підприємства.*

*Ключові слова: інтернаціоналізація, стратегія, стратегічне управління, маркетингова стратегія інтернаціоналізації.*

P. G. IL'CHUK

Lviv Polytechnic National University

## MODEL INTERNATIONAL MARKETING STRATEGY OF ENTERPRISES

*The main purpose of this study is the classification of internationalization strategies of companies and forming a model of international marketing strategy of enterprises. Integrated approach to the classification of the essential features of policy measures on foreign markets by distinguishing two main criteria: the level of strategy and character strategies is proposed. Given the characteristics of the described models international strategy, different kinds of policy measures that are mandatory elements of the international marketing strategy model, and factors affecting their formation are distinguished. A performance on foreign markets described by two variables: the level of internationalization of business and financial results. Interpretation of international marketing strategy models as a comprehensive and unifying allows us to consider the activities on foreign markets not only from the perspective of complex marketing decisions, but also at the strategic level.*

*Keywords: internationalization, strategy, strategic management, international marketing strategy.*

## Вступ

**Постановка проблеми та її зв'язок з важливими науковими та практичними завданнями.**

Дослідження інтернаціоналізації економічної діяльності здійснювались як на рівні формування теорій інтернаціоналізації бізнесу та їхніх модифікацій [1, 2], так і під час визначення впливу інтернаціоналізації на конкурентоспроможність підприємств [3–5], а також і як чинника трансформації маркетингового управління підприємством [6, 7]. А тому актуальність моделювання маркетингової стратегії інтернаціоналізації зумовлюється як необхідністю удосконалення теоретичних та прикладних засад управління підприємствами у зв'язку з підвищенням рівня інтернаціоналізації їхньої діяльності (що набуває особливої актуальності в умовах вірогідного формування асоціації Україна – ЄС ще у 2013 році), так і необхідністю врахування нових факторів, вплив яких проявляється під час інтернаціоналізації діяльності підприємств.

**Аналізування останніх публікацій по проблемі.** Теоретичні та прикладні засади формування маркетингових стратегій інтернаціоналізації у тій чи іншій мірі знаходять своє місце у працях науковців. Теоретичні засади формування маркетингових стратегій підприємства розкривають Й. В. Бица, В. А. Гросул, Є. А. Івченко, Н. В. Куденко, У. Р. Сухорська та інші, зосереджуючи увагу за універсальних підходах та принципах формування маркетингових стратегій [8–12]. Специфічні аспекти досліджуваного питання також не залишилися поза увагою. Зокрема, сутність, основні характеристики та види конкурентних стратегій на міжнародному ринку наводить Т. М. Борисова, розуміючи під стратегіями міжнародної конкуренції моделі поведінки суб'єктів конкуренції, спрямовані на досягнення довготривалої конкурентної переваги на міжнародному ринку за наявних ресурсів та умов середовища функціонування [13, с.156]. Види стратегій розвитку підприємства на закордонних ринках за різними критеріями у своїх працях розглядає І. Драбик [14, с.587–593], проте не пропонує моделей формування маркетингових стратегій підприємства на цих ринках. Ал-Газу Али Ахмед Мохамед пропонує маркетингову стратегію зовнішньоекономічної діяльності підприємства, що враховує необхідність підтримування рівноваги між доцільним рівнем інтернаціоналізації (міжнародної інтеграції), цілями підприємства на кожному з ринків та можливостями їхнього досягнення [15, с.129]. У монографії О. Л. Канищенко запропоновано методика застосування стратегічних альтернатив та оперативно-тактичних інструментів міжнародного маркетингу для посилення ринкових позицій підприємств на закордонних ринках [16], що може слугувати основою побудови моделі маркетингової стратегії інтернаціоналізації підприємства.

Питання інтернаціоналізації економіки та формування стратегій інтернаціоналізації набувають все більшої актуальності. Зокрема, причини та етапи інтернаціоналізації підприємств досліджує О. В. Кіфоренко [3, с.113]. Стратегіям інтернаціоналізації та розробленню методики оцінювання рівня інтернаціоналізації підприємства присвячено праці І. Ф. Коломієць та Т. В. Коломієць [17, с.231–237], а трансформації маркетингового управління підприємством під час виходу його на міжнародний рівень з урахуванням

глобалізації та інтернаціоналізації – праці М. В. Корж та С. В. Жукова [7, с.64–71]. Спроби щодо теоретичного обґрунтування основ формування зовнішньоекономічної стратегії держави в умовах інтернаціоналізації світових економічних процесів зроблено О. Ю. Пасічною, що базуються на виробничо-інвестиційному співробітництві підприємств на закордонних ринках [18, с.17–27]. У свою чергу, В. В. Савельєв пропонує алгоритм формування глобальної маркетингової стратегії на міжнародних ринках [19, с.228], а також виділяє економічні інтереси підприємств на різних стадіях інтернаціоналізації діяльності [19, с.230], проте автор не деталізує можливостей та способів застосування пропонованого алгоритму у практичній діяльності підприємства.

Зважаючи на результати аналізування останніх публікацій, можемо зробити висновок, що на сьогодні невирішеним залишається питання формування моделі маркетингової стратегії інтернаціоналізації підприємств на закордонних ринках як з позиції її теоретичного обґрунтування, так і щодо її практичного застосування.

**Формулювання цілей дослідження.** Основною метою даного дослідження є класифікація стратегій інтернаціоналізації діяльності підприємств та формування моделі маркетингової стратегії інтернаціоналізації підприємства, а також визначення зовнішніх та внутрішніх факторів впливу на формування маркетингової стратегії інтернаціоналізації підприємства. Окремим завданням наукового дослідження є визначення показників, які б дозволили визначити ефективність заходів, впроваджених в межах стратегій інтернаціоналізації підприємства різних рівнів.

#### Основний матеріал

Виклад основних результатів та їх обґрунтування. Діяльність підприємства на закордонних ринках відбувається в межах інтегральної складової частини стратегій різного рівня. Адже стратегічна піраміда передбачає формування загальнокорпоративної стратегії (корпоративний рівень), бізнес-стратегії (рівень стратегічних господарських підрозділів) та функціональних стратегій (рівень функціональних підрозділів) [11, с.17].

На сучасному етапі розвитку стратегічного управління ще не повністю сформовано комплексні підходи щодо класифікації за істотними ознаками стратегічних заходів підприємства на закордонних ринках [20, с.522; 21, с.61]. Однак, за умови виокремлення двох основних критеріїв (рівень стратегії та характер стратегії), можна їх класифікувати на чотири групи (табл. 1).

Перший критерій класифікації стратегії інтернаціоналізації стосується рівня стратегії, а також дозволяє відокремити два типи стратегії – корпоративний рівень (рівень стратегічних господарських підрозділів) і функціональний рівень (маркетингова стратегія). Моделі стратегії, що формуються на корпоративному рівні або рівні стратегічних господарських підрозділів та визначають діяльність цілого підприємства або бізнес-одиниці, носять ширший характер. Вони визначають напрями стратегічної діяльності на рівні цілого підприємства і належать до будь-якого його виду його діяльності (виробництво, маркетинг або фінансова діяльність).

Таблиця 1

#### Класифікація стратегії інтернаціоналізації підприємств (систематизовано та узагальнено авторами)

| Критерій 1<br>Критерій 2 |                    | Рівень стратегії   |  |
|--------------------------|--------------------|--|--|
|                          |                    | Корпоративний рівень (рівень стратегічних господарських підрозділів)   | Рівень функціональних підрозділів (маркетингова функціональна стратегія)   |
| Характер стратегії       | Багатонаціональний | Багатонаціональна стратегія F. R. Root (1987 p.) [22]<br>Заходи:<br>1) вибір продукту для закордонної експансії;<br>2) оцінювання і вибір закордонного ринку;<br>3) визначення цілей для вибраного продуктово-географічного ринку;<br>4) вибір способу виходу на закордонні ринки.   | Багатонаціональна маркетингова стратегія F. R. Root (1987 p.) [22]<br>Заходи:<br>• вибір продукту для закордонної експансії;<br>• оцінювання і вибір закордонного ринку;<br>5) визначення цілей для вибраного продуктово-географічного ринку;<br>• вибір способу виходу на закордонні ринки;<br>• сегментація ринку і вибір відповідно сегмента ринку на закордонному ринку;<br>• проект маркетинг-мікс. |
|                          | Глобальний         | Глобальна стратегія G. S. Yip (1989 p.) [23], S. Zou, S. Cavusgil (1996 p.) [24]<br>Заходи:<br>• участь у глобальному ринку;<br>• стандартизація продукту;<br>• локалізація (концентрація) активності у ланцюзі вартості;<br>• координація активності у ланцюзі вартості;<br>• уніфікація маркетингових дій;<br>• інтеграція ринкових просувань. | Глобальна маркетингова стратегія S. Zou, S. Cavusgil (2002 p.) [25]<br>Заходи:<br>• стандартизація/адаптація маркетингових дій;<br>• конфігурація і координація маркетингової активності у ланцюзі вартості;<br>• інтеграція ринкової (конкурентної) діяльності.   |

Маркетингова стратегія має значно вужчу сферу застосування, ніж стратегія для всього підприємства, але з огляду на свою роль у формуванні пропозиції вартості для клієнтів, а також забезпечення конкурентоспроможності на ринку, є важливим елементом кожного виду стратегії, зокрема і тієї, в межах якої формуються заходи діяльності на закордонних ринках [24, с.52].

За другим критерієм класифікації стратегії інтернаціоналізації виділяють багатонаціональну і глобальну стратегії. Багатонаціональна стратегія згідно з дослідженнями D. J. Collis [26, с.49] відрізняється від глобальної стратегії трьома елементами:

1) багатонаціональна стратегія є сукупністю незалежних стратегій для ринків окремих країн, де підприємство веде свою діяльність, натомість глобальна стратегія – це комплексна об'єднуюча стратегія діяльності підприємства на ринках різних країн з врахуванням його ринкової позиції та ресурсів;

2) у межах багатонаціональної стратегії ринки окремих країн розглядаються як окремі бізнес-проекти, тоді як у межах глобальної стратегії, на основі спільних ознак ринків окремих країн, формуються стандартизовані заходи, які можуть скласти основу конкурентоспроможної переваги підприємства;

3) істотним елементом глобальної стратегії є конфігурація і координація активності ланцюга вартості підприємства у світовому масштабі (на сукупності ринків країн, в яких підприємство веде діяльність), тоді як у випадку багатонаціональної стратегії конфігурація і координація ланцюга вартості географічно обмежується на рівні окремих ринків країн.

Ключовою моделлю багатонаціональної стратегії є модель F. R. Root [22, с.25], яка ґрунтується на таких ключових характеристиках: 1) виборі продукту для закордонної експансії; 2) оцінюванні і виборі закордонного ринку; 3) визначенні цілей для вибраного продуктово-географічного ринку; 4) виборі стратегії виходу на закордонні ринки (експортні, контрактні, інвестиційні стратегії). Дана модель тісно пов'язується зі школою планування у стратегічному управлінні, застосовується на корпоративному рівні (рівні стратегічних господарських підрозділів), стосується стратегії бізнесу окремого суб'єкта господарської діяльності і сконцентрована на першій фазі ведення діяльності на закордонному ринку.

Основою багатонаціональної маркетингової стратегії є модель F. R. Root [22, с.25], доповнена відомостями про сегментацію ринку і вибором цільового ринку, а також проектуванням маркетинг-міксу (об'єднання заходів маркетингових товарних стратегій, маркетингових цінових стратегій, маркетингових стратегій розподілу та маркетингових стратегій просування). Заходи в межах багатонаціональної маркетингової стратегії належать до таких, що здійснюються підприємством на окремих закордонних ринках. Модель багатонаціональної маркетингової стратегії пов'язана зі школою позиціонування.

Основою для побудови багатовимірних моделей стратегії інтернаціоналізації є дослідження, що стосуються глобалізації ринків (видів економічної діяльності), а також стратегічних дій підприємств у глобальному масштабі [27, с. 522–524; 28, с.92–102; 29, с.341–351; 30, с.139–148; 31, с.27–38; 32, с.15–60; 33, с.59–68; 34, с.425–440; 35, с.54–74; 36, с.152–161; 37, с.5–16].

Першою комплексною моделлю глобальної стратегії є модель розроблена G. S. Yip [23, с.29–41]. Дана модель характеризується п'ятьма стратегічними заходами, що формують її зміст як глобальної стратегії підприємства і стосуються: 1) участі у глобальному ринку (сфера закордонної експансії); 2) рівня стандартизації продукту; 3) локалізації (концентрації) активності в ланцюзі вартості; 4) уніфікації маркетингових заходів; 5) інтеграції ринкових просувань. Заходи, на основі яких сформована глобальна стратегія підприємства, зумовлені зовнішніми чинниками (рівень глобалізації галузі), а також внутрішніми чинниками (частка ринку та потенціал підприємства як стратегічної одиниці бізнесу). Реалізація заходів, на основі яких сформована глобальна стратегія з урахуванням вищезгаданих чинників (насамперед рівень глобалізації виду економічної діяльності) робить можливим для підприємства досягнення позитивних ринкових і фінансових результатів. З огляду на значне акцентування впливу особливостей виду економічної діяльності (зокрема рівня його глобалізації), модель глобальної стратегії G. S. Yip зараховується до школи позиціонування в стратегічному управлінні.

Багатовимірною моделлю глобальної стратегії авторства S. Zou і S. T. Cavusgil [24, с.52–69] є продовженням моделі G. S. Yip за рахунок запровадження додаткового стратегічного заходу: координація активності у ланцюзі вартості. Крім цього, з огляду на підтримання авторами цієї моделі теоретичних та прикладних положень школи позиціонування і школи конфігурації, більш акцентованими є внутрішні чинники, які зумовлюють глобальну стратегію. До них належать такі змінні: ринкова орієнтація підприємства, погляди менеджерів і їхні цілі, організаційна культура, організаційні вміння, а також міжнародний досвід.

Основними недоліками (обмеженнями) обох моделей є: 1) відсутність взаємозв'язку із типовими конкурентними перевагами (перевагою у якості продукту і перевагою мінімізації ресурсів); 2) не враховують в межах наведених заходів способу виходу на закордонні ринки; 3) не враховують чинника часу – моменту виходу підприємства на закордонний ринок і швидкості процесів інтернаціоналізації.

У найновіших моделях глобальної стратегії деякі з цих недоліків (обмежень) були усунуті: час [38, с.103–125]; тип конкурентної переваги, час (момент входу і момент виходу) [20, с.520–543]; час (період інтернаціоналізації: момент входу і виходу) [39, с.473–487]. Усунення вищезгаданих недоліків (обмежень), зокрема врахування параметра часу, дозволяє надавати моделям глобальної стратегії динамічного характеру і встановлювати їхній зв'язок зі школою планування у стратегічному управлінні.

Комплексна модель маркетингової глобальної стратегії розроблена також S. Zou і S.T. Cavusgil [25, с.40–56]. Вона охоплює три стратегічні заходи: 1) стандартизація / адаптація маркетингових дій (стандартизація продукту, ціни, просування і реклами) таким чином, щоб стало можливим представлення ринкової пропозиції (маркетинг-мікс) в межах ринків багатьох країн, на яких присутнє підприємство; 2) конфігурація і координація маркетингової активності в ланцюзі вартостей підприємства, що відображає структурно-організаційні аспекти глобальної маркетингової стратегії; 3) інтеграція діяльності підприємства, пов'язана з глобальними конкурентними просуваннями і участю на глобальному ринку. Маркетингова діяльність в даній моделі маркетингової глобальної стратегії зумовлена трьома факторами: міжнародним досвідом, глобальною орієнтацією і рівнем глобалізації виду економічної діяльності. Дана модель, у значній мірі є продовженням моделі глобальної стратегії, розробленої тими ж авторами, а недоліки (обмеження) цієї моделі є такими ж, як і у моделі глобальної стратегії.

Зважаючи на характеристику вищеописаних моделей стратегії інтернаціоналізації, а також на основі досліджень [13, с.157, 40, с.30–49, 41, с.107] можна виокремити такі види стратегічних заходів, які є обов'язковими елементами моделі маркетингової стратегії інтернаціоналізації та фактори, що впливають на їхнє формування (рис. 1):

- заходи закордонної експансії, які стосуються часу виходу на закордонні ринки (визначення фази життєвого циклу підприємства), способу виходу на ринки (поступовий / паралельний), визначення секторів інтернаціоналізації (розташування ринків: сконцентроване / розсіяне); ці заходи є елементами загальнокорпоративної стратегії підприємства;

- заходи присутності на закордонних ринках, які стосуються сегментації та вибору цільового ринку, визначення цілей для вибраного продуктово-географічного ринку, конфігурації і координації активності в ланцюзі вартості, стандартизації / адаптації маркетингових дій.

Заходи, що здійснюються в межах маркетингової стратегії інтернаціоналізації, дозволяють досягати конкурентних переваг підприємству в глобальному масштабі.

Заходи, що належать до різних рівнів маркетингової стратегії інтернаціоналізації підприємства, зумовлені зовнішніми і внутрішніми факторами [23, с.30; 24, с.61; 42, с.112].

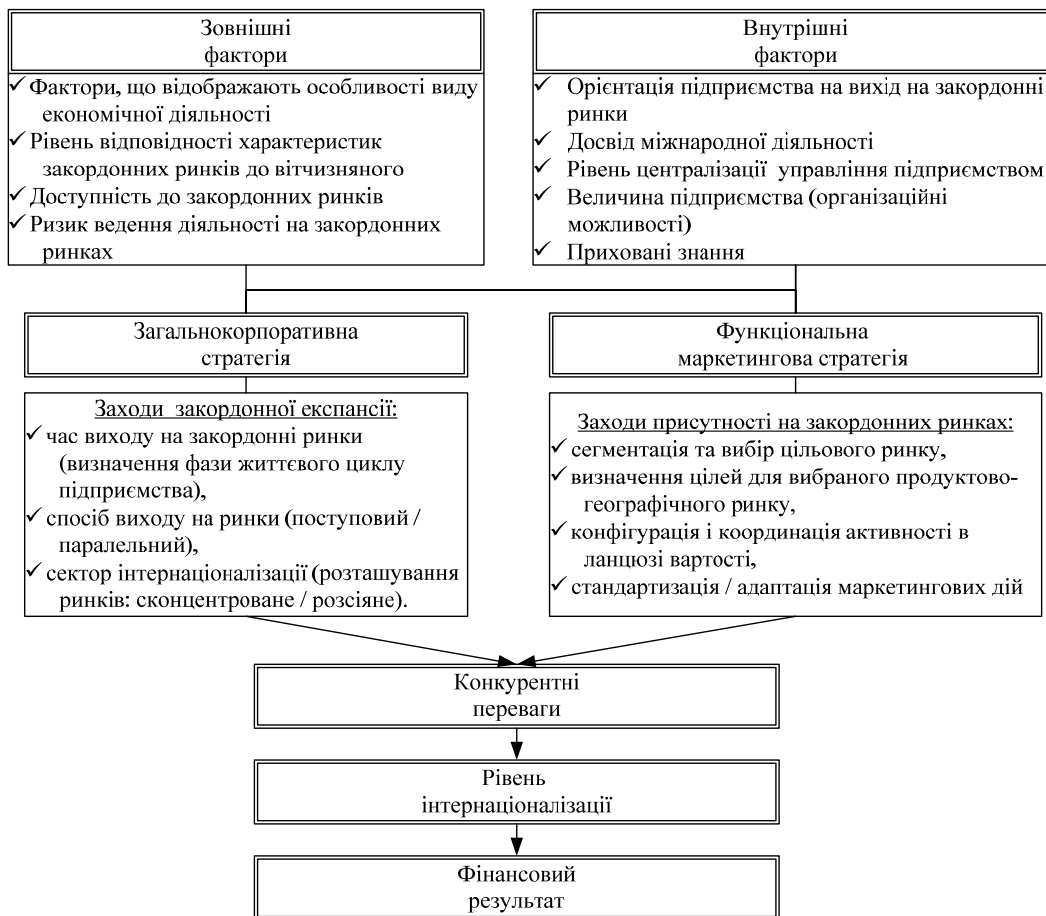


Рис. 1. Модель маркетингової стратегії інтернаціоналізації підприємства (розроблено авторами)

До зовнішніх факторів належать: фактори, що відображають особливості виду економічної діяльності (пов'язані з рівнем глобалізації виду економічної діяльності, законодавчого та регуляторного

впливу на суб'єктів підприємницької діяльності даного виду економічної діяльності, рівнем інтенсивності конкуренції, рівнем прибутковості даного виду економічної діяльності, фазою життєвого циклу продукту, типом покупців, характеристиками продукту, а також обсягом споживчого попиту), рівень відповідності характеристик закордонних ринків щодо вітчизняного, доступність до закордонних ринків, а також ризик ведення діяльності на закордонних ринках.

До внутрішніх змінних натомість належать: орієнтація підприємства на вихід на закордонні ринки, досвід міжнародної діяльності, рівень централізації прийняття стратегічних (маркетингових) рішень, величина підприємства (його організаційні можливості), а також «приховані» знання (їхній характер, вартість).

Результати діяльності підприємства на закордонних ринках можна описати за допомогою двох змінних: рівня інтернаціоналізації підприємства та фінансового результату. Врахування цих параметрів пов'язане з дослідженнями залежності між рівнем інтернаціоналізації і фінансовим результатом, отриманим у результаті здійснення заходів, передбачених на рівні загальнокорпоративної стратегії (група заходів закордонної експансії) та функціональної маркетингової стратегії (група заходів присутності на закордонних ринках). Актуальність подальших досліджень даної проблематики полягає також і у тому, що визначення взаємозв'язку рівня інтернаціоналізації та фінансових результатів відповідає постулату вимірювання маркетингових дій як стратегічних, так і тактичних.

Модель маркетингової стратегії інтернаціоналізації носить універсальний характер і пов'язана з ситуаційною перспективою. Універсальний характер визначає можливість її застосування для усіх підприємств, незалежно від їхньої величини та видів економічної діяльності. Дослідження проблематики формування ситуаційних перспектив започатковано у праці Р. R. Lawrence і J. W. Lorsch (1967 р.) [43], а у вищеописаній моделі маркетингової стратегії інтернаціоналізації досягається через таку послідовність (рис. 2):

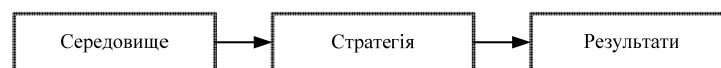


Рис. 2. Послідовність досягнення ситуаційних перспектив у моделі маркетингової стратегії інтернаціоналізації підприємства (розроблено авторами)

### Висновки

Висновки та перспективи подальших досліджень. Трактуючи моделі маркетингової стратегії інтернаціоналізації як комплексної та об'єднуючої дає змогу розглядати діяльність підприємства на закордонних ринках у значно ширшому трактуванні, не тільки в з позиції комплексу маркетингових рішень, але і на стратегічному рівні (адже, формуються заходи в межах загальнокорпоративної стратегії та бізнес-стратегії).

Комплексний підхід до формування моделі маркетингової стратегії інтернаціоналізації є сумісним з концепцією зростання важливості маркетингу на підприємстві [44, с.1–18], а також з концепцією ринкової орієнтації [45, с.1–18]. Концепція зростання важливості маркетингу на підприємстві реалізується в межах поширення традиційного підходу, який ґрунтується на зростанні впливу продукту на діяльність підприємства, суб'єктів ринкової економіки та взаємозв'язки між суб'єктами ринкової економіки.

Ринкова орієнтація підприємства стосується [45, с.6]: 1) генерації ринкової інформації щодо поточних і майбутніх потреб споживачів; 2) поширення ринкової інформації щодо поточних і майбутніх потреб споживачів у діяльності підприємства; 3) застосування ринкової інформації щодо поточних і майбутніх потреб споживачів у діяльності підприємства на ринку. Практичні засади ринкової орієнтації підприємства підкреслюють та акцентують увагу на важливості маркетингової діяльності, а також на зростанні рівня впливу маркетингових рішень на інші управлінські рішення на підприємстві.

Подальші дослідження формування моделі маркетингової стратегії інтернаціоналізації підприємства доцільно зосередити на деталізації окремих параметрів моделі, зокрема зовнішніх та внутрішніх факторів, а також на встановленні та вимірюванні впливу рівня інтернаціоналізації на фінансовий результат підприємства, отриманий у результаті здійснення заходів передбачених на різних стратегічних рівнях (корпоративному, рівні стратегічних господарських підрозділів та, насамперед, на рівні функціональних підрозділів).

### Література

1. Вдовиченко Ю. В. Модифікація теорій інтернаціоналізації бізнесу в умовах інформатизації світової економіки [Електронний ресурс] / Ю. В. Вдовиченко // Ефективна економіка. – 2012. – № 3. – Режим доступу : <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=1118>.
2. Вдовиченко Ю. В. Теорії інтернаціоналізації економічної діяльності та розвитку міжнародного бізнесу / Ю. В. Вдовиченко // Вісник Черкаського університету. – 2012. – № 4 (217). – С. 29–41.
3. Кіфоренко О. В. Інтернаціоналізація підприємств у підвищенні їх конкурентоспроможності / О. В.

Кіфоренко // Інноваційна економіка. – 2011. – № 6 (25). – С. 112–115.

4. Коломієць І. Ф. Конкурентоспроможність у системі чинників інтернаціоналізації діяльності підприємств / І. Ф. Коломієць // Вісник НЛТУ. – 2006. – Вип.16.6. – С. 178–184.

5. Шевченко М. М. Характер впливу економічної інтернаціоналізації як субпроцесу глобалізації на конкурентоспроможність галузей промисловості / М. М. Шевченко // Вісник Національного технічного університету “Харківський політехнічний інститут”. Серія “Технічний прогрес та ефективність виробництва”. – Харків: НТУ “ХПІ”. – 2006. – № 1. – С. 83–90.

6. Васильківський Д. М. Розвиток концептуальних засад міжнародного маркетингу / Д. М. Васильківський // Вісник Хмельницького національного університету. – 2011. – № 2, Т. 2. – С. 262–266.

7. Корж М. В. Глобалізація та інтернаціоналізація як умови трансформації маркетингового управління підприємством / М. В. Корж, С. А. Жуков // Актуальні проблеми економіки. – 2012. – № 3 (129). – С. 64–71.

8. Бица В. Й. Концепція формування маркетингової стратегії розвитку вузькоспеціалізованих машинобудівних підприємств / В. Й. Бица // Маркетинг і менеджмент інновацій. – 2011. – № 3, Т.1. – С. 118–122.

9. Гросул В. А. Формування маркетингової конкурентної стратегії підприємств роздрібної торгівлі : монографія / В. А. Гросул, Л. О. Попова, К. А. Корженко; Харк. держ. ун-т харч. і торг. – Х. : ХДУХТ, 2012. – 247 с.

10. Івченко Є. А. Формування маркетингової стратегії промислового підприємства : монографія / Є. А. Івченко // Східноукраїнський національний університет ім. В. Даля. – Донецьк : Юго-Восток, 2012. – 167 с.

11. Куденко Н. В. Маркетингові стратегії фірми : монографія / Н. В. Куденко. – К. : КНЕУ, 2002. – 245 с.

12. Сухорська У. Р. Формування маркетингових стратегій в системі управління підприємством : монографія / У. Р. Сухорська. – Львів : Комерц. Акад., 2009. – 240 с.

13. Борисова Т. М. Конкурентна стратегія на міжнародному ринку: сутність, основні характеристики та види / Т. М. Борисова // Вісник Хмельницького національного університету. – 2010. – №2, Т. 1. – С. 156–160.

14. Драбик І. Критерії класифікації. Види стратегії розвитку підприємства на закордонних ринках / І. Драбик // Вісник НУ «ЛП» Логістика. – 2010. – № 690. – С. 587–593.

15. Ал-Газу Али Ахмед Махамед. Международные маркетинговые стратегии промышленных предприятий Украины и стран Ближнего Востока / Ал-Газу Али Ахмед Махамед // Актуальні проблеми економіки. – 2010. – №3. – С. 123–130.

16. Канищенко О. Л. Міжнародний маркетинг у діяльності українських підприємств : монографія / О. Л. Канищенко. – К. : Знання, 2007. – 446 с.

17. Коломієць І. Ф. Методичні аспекти оцінки рівня інтернаціоналізації підприємства / І. Ф. Коломієць, Т. В. Коломієць // Вісник НЛТУ. – 2005. – Вип.15.3. – С. 231–237.

18. Пасічна О. Ю. Структурний підхід до формування зовнішньоекономічної стратегії держави в умовах глобалізації / О. Ю. Пасічна // Актуальні проблеми економіки. – 2009. – № 3. – С. 17–27.

19. Савельев В. В. Процес формування глобальної маркетингової стратегії підприємств на міжнародних ринках / В. В. Савельев // Экономика Крыма. – 2010. – № 2(31). – С. 226–231.

20. Matthysens P., Kirca A. H., Pace S., Solberg C. A., Durrieu F. “Strategy development in international markets: a two tier approach”, *International Marketing Review*, Volume 25 (Issue 5), 2008, pp.520–543.

21. Solberg C. A. and Durrieu F. “Access to networks and commitment to internationalization as precursors to marketing strategies in international markets”, *Management International Review*, Volume 46, 2006, pp.57–83.

22. Root F. R. “Entry strategies for international markets”, New York: Lexington Books, 1987.

23. Yip G. S. “Global Strategy... In A World Of Nations?”, *Sloan Management Review*, Volume 31 (Issue 1), 1989, pp.29–41.

24. Zou S. and Cavusgil S. T. “Global strategy: a review and an integrated conceptual framework”, *European Journal of Marketing*, Volume 30 (Issue 1), 1996, pp.52–69.

25. Zou S. and Cavusgil S. T. “The GMS: A Broad Conceptualization of Global Marketing Strategy and Its Effect on Firm Performance”, *Journal of Marketing*, Volume 66, #4, 2002, pp.40–56.

26. Collis D. J. A “Resource Based Analysis of Global Competition: The Case of the Bearings Industry”, *Strategic Management Journal*, Volume 12 (Issue S1), 1991, pp.49–68.

27. Solberg C. A. “Strategy development in international markets: a two tier approach”, *International Marketing Review*, Volume 25 (Issue 5), 2008, pp.520–543.

28. Levitt T. “The Globalization of Markets”, *Harvard Business Review*, May-June, 1983, pp.92-102.

29. Hamel G. and Prahalad C. K. “Managing Strategic Responsibility in the MNC”, *Strategic Management Journal*, Volume 4 (Issue 4), 1983, pp.341-351.

30. Hamel G. and Prahalad C. K. “Do You Really Have a Global Strategy?”, *Harvard Business Review*, July–August, 1985, pp.139–148.

31. Kogut B. "Designing Global Strategies: Profiting from Operational Flexibility", Sloan Management Review, Volume 27 (Issue 1), 1985, pp.27–38.
32. Porter M. "Competition in global industries", Boston, Mass. : Harvard Business School Press, 1986.
33. Quelch J. A. and Hoff E. J. "Customizing Global Marketing", Harvard Business Review, May-June, 1986, pp.59–68.
34. Ghoshal S. "Global strategy: An organizing framework", Strategic Management Journal, Volume 8 (Issue 5), 1987, pp.425–440.
35. Bartlett C. and Ghoshal S. "Organizing for worldwide effectiveness: The transnational solution", California Management Review, Volume 31 (Issue 1), 1988, pp.54–74.
36. Ohmae K. "Managing in a Borderless World", Harvard Business Review, May-June, 1989, pp.152–161.
37. Bartlett C. and Ghoshal S. "Global strategic management: impact on the new frontiers of strategy research", Strategic Management Journal, Volume 12, 1991, pp.5–16.
38. Kutschker M. and Bäurle I. "Three - One: Multidimensional strategy of internationalization", Management International Review, Volume 37 #2, 1997, pp.103–125.
39. Tuppura A., Saarenketo S., Puumalainen K., Jantunen A., Kylaheiko K. "Linking knowledge, entry timing and internationalization strategy", International Business Review, Volume 17 (Issue 4), 2008, pp.473–487.
40. Gorynia M. Strategie zagraniczne ekspansji przedsiębiorstw, Warszawa: PWE, 2007.
41. Лясова Ю. В. Теоретичні аспекти міжнародного маркетингу в системі зовнішньоекономічної діяльності підприємств / Ю. В. Лясова // Вісник ДонНУЕТ. – 2010. – № 4 (48). – С. 102–108.
42. Wiktor J. W., Oczkowska R., Żbikowska A. "Marketing międzynarodowy. Zarys problematyki", Warszawa: PWE, 2008.
43. Lawrence P. R. and Lorsch J. W. "Differentiation and Integration in Complex Organizations", Administrative Science Quarterly, Volume 12 #1, 1967, pp. 1–47.
44. Webster F. E. "The Changing Role of Marketing in the Corporation", Journal of Marketing, Volume 56, #4, 1992, pp. 1–17.
45. Kohli A. K. and Jaworski B. J. "The Changing Role of Marketing in the Corporation", Journal of Marketing, Volume 54 (No. 3), 1990, pp. 1–18.

## References

1. Vdovychenko Yu. V. Modyfikatsiya teorii internatsionalizatsiyi biznesu v umovakh informatyzatsiyi svitovoyi ekonomiky [Elektronnyy resurs] / Yu. V. Vdovychenko // Efektyvna ekonomika. – 2012. – #3. – Rezhym dostupu: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=1118>.
2. Vdovychenko Yu. V. Teoriya internatsionalizatsiyi ekonomichnoyi diyal'nosti ta rozvytku mizhnarodnoho biznesu / Yu. V. Vdovychenko // Visnyk Cherkas'koho universytetu. – 2012. – # 4 (217). – S.29-41.
3. Kiforenko O. V. Internatsionalizatsiya pidpryyemstv u pidvyshchenni yikh konkurentospromozhnosti / O. V. Kiforenko // Innovatsiyana ekonomika. – 2011. – #6 (25). – S.112-115.
4. Коломієць І. Ф. Конкуєнтоспроможність у системі чинників інтернаціоналізації діяльності підприємств / І. Ф. Коломієць // Вісник НЛТУ. – 2006. – Вип.16.6. – С.178-184.
5. Shevchenko M. M. Kharakter vplyvu ekonomichnoyi internatsionalizatsiyi yak subprotsesu hlobalizatsiyi na konkurentospromozhnist' haluzey promyslovosti / M. M. Shevchenko // Visnyk Natsional'noho tekhnichnoho universytetu "Kharkiv's'kyi politekhnichnyy instytut". Seriya "Tekhnichnyy prohres ta efektyvnist' vyrobnytstva". – Kharkiv: NTU "KhPI". – 2006. – #1. – S.83-90.
6. Vasylykiv's'kyi D. M. Rozvytok kontseptual'nykh zasad mizhnarodnoho marketynhu / D. M. Vasylykiv's'kyi // Visnyk Khmel'nyts'koho natsional'noho universytetu. – 2011. – # 2, T. 2. – S.262-266.
7. Korzh M. V. Hlobalizatsiya ta internatsionalizatsiya yak umovy transformatsiyi marketynhovoho upravlinnya pidpryyemstvom / M. V. Korzh, S. A. Zhukov // Aktual'ni problemy ekonomiky. – 2012. – #3 (129). – S.64-71.
8. Bytsa V. Y. Kontseptsiya formuvannya marketynhovoyi stratehiyi rozvytku vuz'kospetsializovanykh mashynobudivnykh pidpryyemstv / V. Y. Bytsa // Marketynh i menedzhment innovatsiy. – 2011. – # 3, T.1. – S.118-122.
9. Hrosul V. A. Formuvannya marketynhovoyi konkurentnoyi stratehiyi pidpryyemstv rozdrubnoyi torhivli : monohrafiya / V. A. Hrosul, L. O. Popova, K. A. Korzhenko; Khark. derzh. un-t kharch. i torh. – Kh. : KhDUKhT, 2012. – 247 s.
10. Ivchenko Ye. A. Formuvannya marketynhovoyi stratehiyi promyslovoho pidpryyemstva : monohrafiya / Ye. A. Ivchenko // Skhidnoukrayins'kyu natsional'nyu universytet im. V. Dalya. – Donets'k : Yuho-Vostok, 2012. – 167 s.
11. Kudenko N. V. Marketynhovi stratehiyi firmy: Monohrafiya / N. V. Kudenko. – K.: KNEU, 2002. – 245 s.
12. Sukhors'ka U. R. Formuvannya marketynhovoykh stratehiy v systemi upravlinnya pidpryyemstvom : monohrafiya / U. R. Sukhors'ka. – L'viv: Komerts. Akad., 2009. – 240 s.
13. Borysova T. M. Konkurentna stratehiya na mizhnarodnomu rynku: sutnist', osnovni kharakterystyky ta vydy / T. M. Borysova // Visnyk Khmel'nyts'koho natsional'noho universytetu. – 2010. – #2, T. 1. – S.156-160.
14. Drabik I. Kryteriyy klasyfikatsiyi. Vydy stratehiyi rozvytku pidpryyemstva na zakordonnykh rynkakh / I. Drabik // Visnyk NU «LP» Lohistyka. – 2010. – #690. – S.587–593.
15. Al-Hazu Aly Akhmed Makhamed. Mezhdunarodne marketynhove stratehiyu promyshlennykh predpryyatyy Ukrainy y stran Blyzhnego Vostoka / Al-Hazu Aly Akhmed Makhamed // Aktual'ni problemy ekonomiky. – 2010. – #3. – S.123-130.
16. Kanishchenko O. L. Mizhnarodnyy marketynh u diyal'nosti ukrayins'kykh pidpryyemstv: Monohrafiya / O. L. Kanishchenko. – K.: Znannya, 2007. – 446 s.
17. Kolomiyets' I. F. Metodychni aspekty otsinky rivnya internatsionalizatsiyi pidpryyemstva / I. F. Kolomiyets', T. V. Kolomiyets' // Visnyk NLTU. – 2005. – Vyp.15.3. – S.231-237.
18. Pasichna O. Yu. Strukturnyy pidkhdid do formuvannya zovnishn'oeconomichnoyi stratehiyi derzhavy v umovakh hlobalizatsiyi / O. Yu. Pasichna // Aktual'ni problemy ekonomiky. – 2009. – #3. – S. 17-27.
19. Savel'yev V. V. Protses formuvannya hlobal'noyi marketynhovoyi stratehiyi pidpryyemstv na mizhnarodnykh rynkakh / V. V. Savel'yev // Ekonomika Kryma. – 2010. – # 2(31). – S.226-231.

20. Matthyssens P., Kirca A. H., Pace S., Solberg C. A., Durrieu F. "Strategy development in international markets: a two tier approach", *International Marketing Review*, Volume 25 (Issue 5), 2008, pp.520-543.
21. Solberg C. A. and Durrieu F. "Access to networks and commitment to internationalization as precursors to marketing strategies in international markets", *Management International Review*, Volume 46, 2006, pp.57-83.
22. Root F. R. "Entry strategies for international markets", New York: Lexington Books, 1987.
23. Yip G. S. "Global Strategy... In A World Of Nations?", *Sloan Management Review*, Volume 31 (Issue 1), 1989, pp.29-41.
24. Zou S. and Cavusgil S. T. "Global strategy: a review and an integrated conceptual framework", *European Journal of Marketing*, Volume 30 (Issue 1), 1996, pp.52-69.
25. Zou S. and Cavusgil S. T. "The GMS: A Broad Conceptualization of Global Marketing Strategy and Its Effect on Firm Performance", *Journal of Marketing*, Volume 66, #4, 2002, pp.40-56.
26. Collis D. J. A "Resource Based Analysis of Global Competition: The Case of the Bearings Industry", *Strategic Management Journal*, Volume 12 (Issue S1), 1991, pp.49-68.
27. Solberg C. A. "Strategy development in international markets: a two tier approach", *International Marketing Review*, Volume 25 (Issue 5), 2008, pp.520-543.
28. Levitt T. "The Globalization of Markets", *Harvard Business Review*, May-June, 1983, pp.92-102.
29. Hamel G. and Prahalad C. K. "Managing Strategic Responsibility in the MNC", *Strategic Management Journal*, Volume 4 (Issue 4), 1983, pp.341-351.
30. Hamel G. and Prahalad C. K. "Do You Really Have a Global Strategy?", *Harvard Business Review*, July-August, 1985, pp.139-148.
31. Kogut B. "Designing Global Strategies: Profiting from Operational Flexibility", *Sloan Management Review*, Volume 27 (Issue 1), 1985, pp.27-38.
32. Porter M. "Competition in global industries", Boston, Mass. : Harvard Business School Press, 1986.
33. Quelch J. A. and Hoff E. J. "Customizing Global Marketing", *Harvard Business Review*, May-June, 1986, pp.59-68.
34. Ghoshal S. "Global strategy: An organizing framework", *Strategic Management Journal*, Volume 8 (Issue 5), 1987, pp.425-440.
35. Bartlett C. and Ghoshal S. "Organizing for worldwide effectiveness: The transnational solution", *California Management Review*, Volume 31 (Issue 1), 1988, pp.54-74.
36. Ohmae K. "Managing in a Borderless World", *Harvard Business Review*, May-June, 1989, pp.152-161.
37. Bartlett C. and Ghoshal S. "Global strategic management: impact on the new frontiers of strategy research", *Strategic Management Journal*, Volume 12, 1991, pp.5-16.
38. Kutschker M. and Baurle I. "Three - One: Multidimensional strategy of internationalization", *Management International Review*, Volume 37 #2, 1997, pp.103-125.
39. Tuppuru A., Saarenketo S., Puumalainen K., Jantunen A., Kylaheiko K. "Linking knowledge, entry timing and internationalization strategy", *International Business Review*, Volume 17 (Issue 4), 2008, pp.473-487.
40. Gorynia M. *Strategie zagraniczne ekspansji przedsiębiorstw*, Warszawa: PWE, 2007.
41. Ilyasova Y. V. *Teoretychni aspekty mizhnarodnoho marketynhu v systemi zovnishn'oeconomichnoyi diyal'nosti pidpriumstv / Y. V. Ilyasova // Visnyk DonNUET. – 2010. - #4 (48). – S.102-108.*
42. Wiktor J. W., Oczkowska R., Zbikowska A. "Marketing międzynarodowy. Zarys problematyki", Warszawa: PWE, 2008.
43. Lawrence P. R. and Lorsch J. W. "Differentiation and Integration in Complex Organizations", *Administrative Science Quarterly*, Volume 12 #1, 1967, pp.1-47.
44. Webster F. E. "The Changing Role of Marketing in the Corporation", *Journal of Marketing*, Volume 56, #4, 1992, pp.1-17.
45. Kohli A. K. and Jaworski B. J. "The Changing Role of Marketing in the Corporation", *Journal of Marketing*, Volume 54 (No. 3), 1990, pp.1-18.

Надійшла 19.09.2013; рецензент: д. е. н. Благун І. С.



## ФОРМУВАННЯ ЛОГІСТИЧНОЇ СИСТЕМИ ПІДПРИЄМСТВА ПРИ ВЕДЕННІ МІЖНАРОДНОГО БІЗНЕСУ

*У статті розглянуто сутність основних понять логістики, таких як логістична система, логістичний потік. Визначено їх характерні риси та особливості у контексті формування логістичної системи підприємства – суб'єкта зовнішньоекономічної діяльності (ЗЕД). Представлено модель формування логістичної системи підприємства – суб'єкта ЗЕД, яка ґрунтується на врахуванні функціонального та системно-модульного підходів.*

*Ключові слова: логістика, логістична система, логістичний потік, підприємство, міжнародний бізнес.*

L. A. HRYTSYNA

Khmelnyskyi National University

## DEVELOPMENT OF LOGISTICS SYSTEM FOR COMPANY THAT PROVIDES INTERNATIONAL BUSINESS

*The article deals with the nature of the basic concepts of logistics like logistics system and logistics flow. It has been determined their characteristics and features in context of development of logistics system for enterprises operating in a foreign market. It has been presented model of logistic system for such enterprises based on consideration of functional and system-modular approaches. The principle of modular construction of logistics system can gradually integrate separate logistic flows of the enterprise in a single complex. In the same time this approach allows rapidly implement changes considering alteration in the external and internal environment of the company.*

*Key words: logistics, logistics system, logistics flow, company, international business.*

**Постановка проблеми у загальному вигляді та її зв'язок із важливими науковими та практичними завданнями.** Сучасна система ведення міжнародного бізнесу – це складний процес, який вимагає від суб'єкта зовнішньоекономічної діяльності (ЗЕД) налагодження співпраці та врахування інтересів різних груп та організацій, які функціонують у всіх країнах, де підприємство здійснює свої ділові операції. В основу побудови розгалуженої системи взаємодії підприємства – суб'єкта ЗЕД з різними групами зацікавлених сторін може бути покладено ідею побудови логістичних систем. При цьому, формування логістичної системи підприємства варто розглядати не як самоціль, тобто спосіб оптимізації витрат часу, ресурсів, коштів, а як проміжну ланку, спрямовану на оптимізацію механізмів співпраці між підприємством, постачальниками та споживачами, що сприяє посиленню конкурентних переваг підприємства на зовнішніх ринках.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Варто зазначити, що дослідженню проблем формування, побудови, розвитку логістичних систем підприємств присвячено багато праць вітчизняних та зарубіжних вчених, зокрема: О. Андрухова, Б. Анікіна, А. Бакути, А. Бутова, Є. Крикавського, О. Кузьминої, М. Окландера, Н. Селезньової та багатьох інших [1–8]. В той же час виділення мало вивченим залишається питання визначення специфіки функціонування логістичної системи підприємства, яке здійснює зовнішньоекономічну діяльність та повинно враховувати специфіку взаємодії з учасниками національного та зарубіжних ринків.

**Постановка завдання.** Метою даної статті є розробка пропозицій щодо формування логістичної системи підприємства – суб'єкта ЗЕД, яка ґрунтується на врахуванні функціонального та системно-модульного підходів.

**Основний матеріал дослідження.** Дослідження сутності та історії розвитку логістики показує, що логістика має давню історію розвитку. Її зародження відбулось ще за часів Стародавньої Греції, однак у сучасному вигляді логістика як наука була сформована лише у другій половині 20 ст. Сучасні вітчизняні науковці виділяють різні етапи розвитку логістики. Так, Є. В. Крикавський виділяє три періоди: «філософський» (до VIII ст.), «військовий» (до 1955 р.) та «цивільний» (з 1970 р. дотепер) [2, 4].

Незважаючи на довгу історію розвитку логістики на даний час не існує єдиного підходу до визначення її сутності. Більшість вчених розглядають логістику у широкому значенні як процес управління матеріальними та нематеріальними потоками підприємства, або ж у вузькому як процес просування товарів від виробника до споживача [7].

Поняття логістичної системи є одним з базових понять логістики. Вчені розглядають логістичну систему як комплекс процесів і явищ, як інститут, спосіб дослідження, або ж як компроміс між двома першими підходами [6]. Загалом під логістичною системою розуміють складну структуровану економічну систему, яка складається з елементів (підсистем), взаємозв'язаних у процесі управління рухом матеріальних, інформаційних, фінансових потоків, має високі адаптивні властивості та зв'язок з зовнішнім середовищем [8]. На рисунку 1 представлено узагальнення основних характеристик логістичної системи у розрізі її мети, функцій, властивостей.

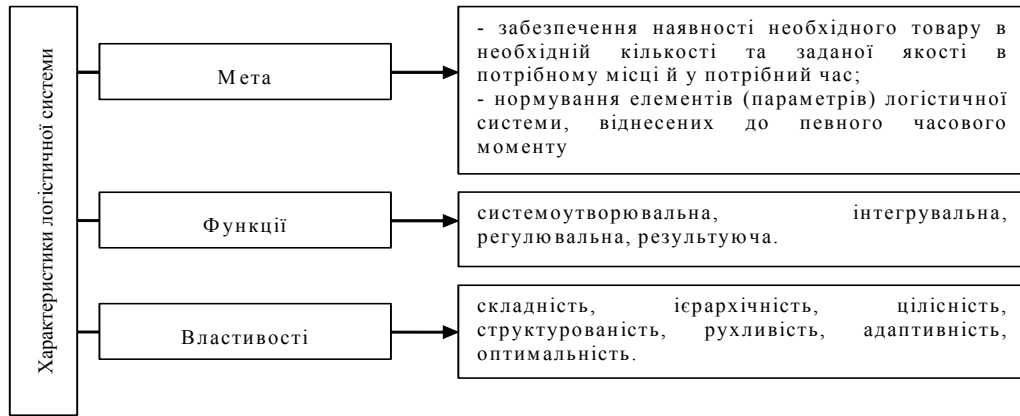


Рис. 1. Характеристики логістичної системи [8]

Основою формування логістичної системи виступає так званий логістичний потік, під яким загалом розуміють упорядковану та структуровану сукупність об'єктів, які об'єднані в єдине ціле за спільними ознаками, спрямовані, інформаційно наповнені, мають певне призначення та можуть бути кількісно та якісно вимірюваними [5]. З позицій логістики основна увага зосереджена на ключових видах потоків: матеріальних, супутніх їм інформаційних й фінансових, деякі вчені також виділяють потоки трудових ресурсів, енергетичні, сервісні потоки та інші.

Відповідно формування логістичної системи підприємства – суб'єкта ЗЕД повинно здійснюватись з врахуванням як логістичних потоків, що функціонують на підприємстві, так і особливості взаємодії підприємства із суб'єктами зовнішнього середовища. В основу реалізації логістичної системи повинен бути покладений модульний принцип побудови, який дозволяє поступово їх інтегрувати в підприємство [1, 3]. Тобто логістичний ланцюжок підприємства складається з наступних основних елементів: постачальники – підприємство (закупівля – виробництво – розподіл) – споживачі. Відповідно підприємство-виробник для забезпечення належним умов функціонування повинно формувати сукупність логістичних систем, які залежно від сфери дії можна у загальному вигляді поділити на виробничу, закупівельну, складську, транспортну, збутову [6].

При цьому, дані логістичні системи є інтегрованими та функціонують у комплексі, відповідно пошук шляхів вдосконалення управління логістичними системами повинен враховувати цю їх особливість. Загальний алгоритм формування інтегрованої логістичної системи підприємства може бути зведений до ряду етапів, послідовність проведення і зміст яких наведені на рис. 2.

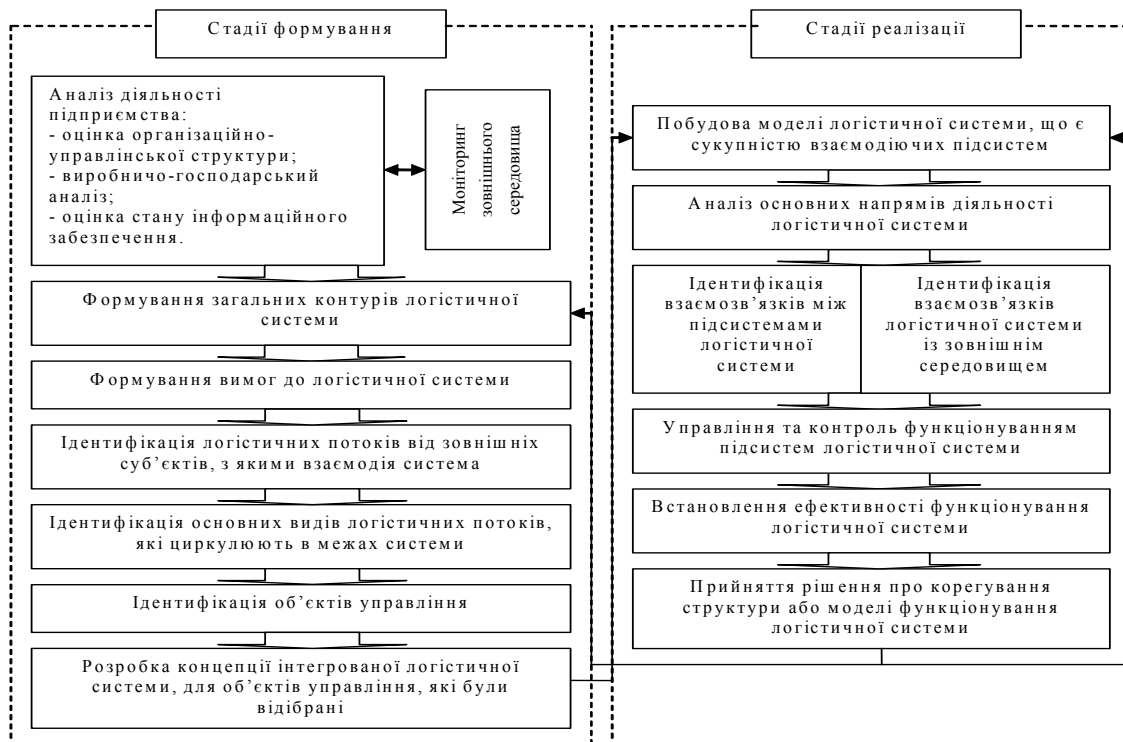


Рис. 2. Схема формування інтегрованої логістичної системи підприємства [1, 3]

Модель формування логістичної системи підприємства, що здійснює діяльність на зовнішніх ринках, варто розглядати у розрізі двох стадій – стадії формування та стадії реалізації. Стадія формування охоплює ряд етапів: аналіз зовнішнього та внутрішнього середовища підприємства, формування загальних контурів логістичної системи, формування вимог до логістичної системи; ідентифікація основних видів інформації; ідентифікація об'єктів управління, розробка концепції логістичної системи для обраних об'єктів управління. Стадія реалізації логістичної системи включає ряд етапів, які забезпечують умови для належної інтеграції логістичного підходу у всі сфери діяльності підприємства.

**Висновки і перспективи подальшого дослідження.** Як показує проведене дослідження формування логістичної системи підприємства, яке здійснює діяльність на зовнішніх ринках, вимагає ґрунтовної підготовки та врахування специфіки як ринку, на якому працює підприємства, так і особливостей внутрішньої будови підприємства, чіткого виділення логістичних потоків та їх взаємозв'язку. Зважаючи на це саме модульний принцип побудови логістичної системи дозволяє поступово інтегрувати відокремлені логістичні потоки підприємства у єдиний комплекс, залишаючи при цьому достатньо можливостей для оперативного врахування змін у зовнішньому та внутрішньому середовищах діяльності підприємства.

### Література

1. Андрухова О. О. Організаційно-економічний механізм формування логістично системи [Електронний ресурс] / О. О. Андрухова // Вісник Запорізького національного університету. – Режим доступу: nbuv.gov.ua.
2. Бакута А. Теоретичні основи логістики: минуле та сьогодення [Електронний ресурс] / А. Бакута. – Режим доступу : nbuv.gov.ua.
3. Бутов А. Формування ефективної системи управління логістикою на підприємствах / А. Бутов // Галицький економічний вісник. – 2012. – № 3 (36). – С. 161–166.
4. Крикавський Є. В. Сучасні аспекти теорії і методології логістики / Є. В. Крикавський // Маркетинг та логістика в системі менеджменту : тези доповідей IV Міжнар. науково-практичної конференції. – Львів : Вид-во Нац. ун-ту "Львівська політехніка", 2002. – С. 157–159.
5. Кузьміна О. В. Теоретичний аналіз основних понять логістики / О. В. Кузьміна // Вісник Донецького університету економіки та права. – 2012. – № 1. – С. 182–189.
6. Логистика : ученик / Под ред. Б.А. Аникина. – М. : ИНФРА-М, 2000. – 326 с.
7. Окландер М. А. Логістична система підприємства : монографія / М. А. Окландер. – Одеса : Астропринт, 2004. – 312 с.
8. Селезньова Н.О. Використання логістичної концепції при управлінні рухом матеріального потоку підприємства [Електронний ресурс] / Н. О. Селезньова // Маркетинг і менеджмент інновацій. – Режим доступу : nbuv.gov.ua.

### References

1. Andrukhova O. O. Organizacijno-ekonomichnyj mexanizm formuvannya logistychno sy'stemy / O. O. Andrukhova // Visnyk Zaporiz'kogo nacional'noho universy'tetu [Elektronnyj resurs]. – Rezhym dostupu: nbuv.gov.ua. [in Ukrainian]
2. Bakuta A. Teoretychni osnovy logistyky: mynule ta s'ogodennya / A. Bakuta [Elektronnyj resurs]. – Rezhym dostupu: nbuv.gov.ua. [in Ukrainian]
3. Butov A. Formuvannya efektyvnoyi sy'stemy upravlinnya logistykoju na pidpry'emstvax / A. Butov // Galycz'kyj ekonomichnyj visnyk, 2012, Vol. 3(36), pp. 161-166. [in Ukrainian]
4. Krykavskij Ye. V. Suchasni aspekty teorii i metodologiyi logistyky / Ye. V. Krykavskij // Marketyng ta logistyka v sy'stemi menedzhmentu : tezy dopovidej IV Mizhnar. naukovo-praktychnoyi konferenciyi. - L'viv : Vy'd-vo Nacz. un-tu "L'viv'ska politexnika", 2002, pp. 157-159. [in Ukrainian]
5. Kuz'minova O. V. Teoretychny analiz osnovnyx ponyat logistyky / O. V. Kuz'minova // Visnyk Donecz'kogo universy'tetu ekonomiky ta prava, 2012, Vol. 1, pp. 182-189. [in Ukrainian]
6. Logy'sty'ka: ucheny'k / Pod red. B.A. Any'ky'na. – Moscow, Y'NFRA-M, 2000, 326 p. [in Russian]
7. Oklander M. A. Logistychna sy'stema pidpry'emstva : monografiya / M. A. Oklander. – Odessa : Astropry'nt, 2004, 312 p. [in Ukrainian]
8. Selez'n'ova N.O. Vy'kory'stannya logistychnoyi koncepciyi pry upravlinni rukom material'nogo potoku pidpry'emstva / N. O. Selez'n'ova // Marketyng i menedzhment innovacij [Elektronnyj resurs]. – Rezhym dostupu: nbuv.gov.ua. [in Ukrainian]

Надійшла 20.09.2013; рецензент: д. е. н. Нижник В. М.

## РИНОК ЕКОТЕКСТИЛЮ УКРАЇНИ: МЕХАНІЗМИ УПРАВЛІННЯ ЯКІСТЮ

*Розглянуто шляхи вдосконалення організаційно-економічних механізмів управління якістю екотекстилю на вітчизняному ринку. Особлива увага приділена розкриттю ролі якості екологічно безпечних текстильних матеріалів і виробів у формуванні їх конкурентоспроможності на даному ринку.*

*Ключові слова: ринок екотекстилю, екологічна безпечність, конкурентоспроможність, якість, управління якістю.*

B. B. SEMAK  
Lviv Commercial Academy

## ECO-TEXTILE MARKET OF UKRAINE: MECHANISMS OF QUALITY MANAGEMENT

*Ways of improving of organizational and economic mechanisms of management of eco-textile quality in the domestic market were considered. Particular attention was paid to the disclosure of role of quality of ecologically safe textile materials and products in shaping their competitiveness in the market.*

*Keywords: market of eco-textile, environmental safety, competitiveness, quality, quality management.*

**Постановка проблеми.** Постійний ріст в останні роки обсягів виробництва і розширення асортименту екологічно безпечних груп товарів (особливо харчових продуктів, лікарських препаратів, текстильних матеріалів і виробів одягового та інтер'єрного призначення та ін.) в економічно розвинутих країнах Європи, Америки та Азії, як відомо, обумовили необхідність створення в цих країнах різних за структурою асортименту товарів типів екоринків. Подібні типи екоринків в останні роки почали формуватись і в Україні (особливо після вступу України до СОТ і збільшення імпорту цих товарів). Зростаючий попит в Україні на екологічно безпечні товари, у тому числі і текстильні, обумовлений інтересом вітчизняних споживачів до продукції, яка не шкодить здоров'ю у процесі споживання та не забруднює оточуюче середовище на етапі утилізації.

**Аналіз останніх досліджень та публікацій.** Формування в Україні ринку екологічно безпечних товарів, як і в зарубіжних країнах, вважається ознакою ефективності та престижності розвитку національної економіки. Дослідженню проблем формування ринків екологічно безпечних товарів та розробки організаційно економічних механізмів управління якістю цих товарів присвячені праці ряду вітчизняних та зарубіжних авторів: С.М. Ілляшенка [1], Д.В. Горшкова [2], О.П. Кошкарьова [3], В.О. Лук'янихіна [11], І.І. Грузнова [12], І.З. Должанського, С.К. Харічкова, Т.П. Галушкіної, В.І. Аткинсона, Дж. Моубрея, Дж. Преус, Е. Рассела. Однак, у працях цих авторів, на наш погляд, недостатньо приділено уваги проблемам управління якістю екологічно безпечних текстильних матеріалів та виробів різного цільового призначення. З іншого боку, підходи до управління якістю екотекстилю, запропоновані у працях зарубіжних авторів, не завжди адаптовані до умов ведення бізнесу в Україні.

**Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми.** Поява міжнародних, національних і регіональних екоринків товарів, в свою чергу, обумовила необхідність формування нових напрямків досліджень з метою інформаційного забезпечення потреб цих ринків та забезпечення їх сталого розвитку. Результати цих досліджень певною мірою узагальнені в монографіях, періодичних та навчальних виданнях, а також є предметом активного обговорення на міжнародних, регіональних і міжвузівських науково-практичних конференціях [1–4]. Однак, на даний час в Україні, економіка якої поступово інтегрується у світовий економічний простір, невирішеною залишається проблема розробки та практичного застосування ефективних організаційно-економічних механізмів управління якістю екологічно безпечних текстильних матеріалів та виробів.

**Постановка завдання.** Об'єктом дослідження ми обрали перспективний малодосліджений сегмент вітчизняного ринку екологічно безпечних текстильних матеріалів і виробів одягового та інтер'єрного призначення (екотекстилю). Деякі результати маркетингових, екологічних і товарознавчих досліджень на даному ринку узагальнені в наших роботах [5–10]. Основним завданням даної статті є пошук та науково-практичне обґрунтування ефективних організаційно-економічних механізмів управління якістю екотекстилю на вітчизняному ринку.

**Виклад основного матеріалу.** Судячи з аналізу літературних даних [11, 12], при розгляді механізмів управління якістю на вітчизняному ринку екотекстилю, як і на інших товарних ринках екологічно безпечних товарів легкої промисловості, слід першочергову увагу приділити наступним блокам питань:

– вибору системи управління якістю продукції, яка б відповідала вимогам ДСТУ ISO 9000-2001; ДСТУ ISO 9001-2001; ДСТУ ISO 9004-2001;

– обґрунтуванню системи екологічного менеджменту забезпечення якості продукції;  
– обґрунтуванню механізмів визначення рівня якості основних видів і груп екотекстилю;  
– вибору механізмів управління якістю основних видів екотекстилю одягового та інтер'єрного призначення на основних етапах їх життєвого циклу;  
– розкриттю економічного механізму управління якістю екотекстилю;  
– обґрунтуванню механізмів ціноутворення на конкретні види екотекстилю;  
– вибору механізму управління екологічною безпечністю основних видів і груп екотекстилю різного цільового призначення.

При реалізації названих механізмів управління якістю екотекстилю можуть бути використані наступні методи [12]:

- оцінювання технічного рівня і якості екотекстилю;
- проведення аудиту якості екотекстилю;
- внутрішньофірмові статистичні методи аналізу і управління якістю екотекстилю;
- економіко-математичні методи забезпечення якості названої групи товарів;
- метод функціонально-вартісного аналізу якості;
- інформаційні методи управління якістю екотекстилю;
- методи комплексної оцінки рівня якості основних груп і видів екотекстилю різного цільового призначення та способів виробництва;
- методи оцінки рівня екологічної безпечністі названих груп товарів;
- методи оцінювання конкурентоспроможності та конкурентних переваг екотекстилю на вітчизняному та зарубіжних ринках (при експорті окремих видів екотекстилю).

Необхідно зауважити, що в існуючій зарубіжній і вітчизняній нормативній документації вимоги до рівня якості і рівня екологічної безпечністі екотекстилю чітко розмежовані і визначаються за різними критеріями. Цей підхід зберігається і в системах сертифікації рівня якості та екологічної безпечністі аналогічних за призначенням, способами виробництва, волокнистим складом, будовою та оздобленням названих груп екотекстилю.

Як відомо, відповідно до вимог міжнародного екологічного стандарту Екотекс-100 і вітчизняного екологічного стандарту ДСТУ 4239:2003 «Матеріали та вироби текстильні і шкіряні побутового призначення. Основні гігієнічні вимоги» до екотекстилю відносяться текстильні матеріали і вироби одягового і інтер'єрного призначення, виготовлені із натуральних волокон рослинного (бавовна, льон, коноплі та інші) та білкового (вовна, шовк) походження, пофарбовані рослинними барвниками, апретовані безформальдегідними препаратами і оброблені текстильно-допоміжними речовинами рослинного походження. Рівень екологічної безпечністі названих матеріалів і виробів залежно від їх конкретного цільового призначення (дитячого асортименту, виробів, які в процесі експлуатації контактують чи не контактують зі шкірою людини та ін.) встановлюється за наступними показниками:

о рН (кислотність, лужність, нейтральність) водної витяжки з текстильного матеріалу, який використовується для дитячого асортименту і виробів, які в процесі експлуатації контактують зі шкірою людини, повинна бути в межах 4,0–7,5;

о гранично допустима концентрація вільного формальдегіду в текстильному матеріалі і його здатність до часткової емісії в повітря в процесі експлуатації виробів;

о гранично допустима концентрація важких металів, які можуть потрапляти в текстильні матеріали в процесі вирощування рослинних волокон із пестицидів, в процесі первинного очищення вовни чи в процесі технології фарбування цих матеріалів;

о вмістом в текстильних матеріалах і виробках (особливо дитячого призначення) шкідливих для людини і довкілля хімічних препаратів (пестицидів, пентахлорфенолу, токсичних марок азобарвників, хлорорганічних носіїв та ін.);

о наявність непритаманного текстильним матеріалам запаху (важкого бензину, риби, ароматичних вуглеводів та ін.);

о стійкість пофарбування на текстильних матеріалах до дії різних фізико-хімічних чинників (дії поту, прання, тертя, світлопогоди та ін.).

Що стосується якості екотекстилю (і, перш за все, тих його ключових властивостей, які визначають зносостійкість, формостійкість, гігієнічність, художньо-естетичне оформлення, технологічність та ін.), то вона визначається відповідно із загальноприйнятими традиційними для текстильних, швейних і трикотажних товарів методами оцінювання їх якості.

Оскільки при оцінюванні рівня якості і рівня екологічної безпечністі екотекстилю необхідно одночасно враховувати вимоги і екологічних і традиційних стандартів, використовуючи при цьому різні критерії та методи оцінювання рівня якості і рівня екологічної безпечністі аналогічних за призначенням, волокнистим складом, способами виробництва та оздоблення матеріалів і виробів, то сама процедура цього оцінювання, на наш погляд, вимагає суттєвого вдосконалення.

По-перше, нам представляється доцільним рівень екологічної безпечністі конкретного виду екотекстилю розглядати як одну із ключових властивостей, що формує його якість (наприклад, так само як

його зносостійкість, формостійкість чи гігієнічність). Тому екологічнобезпечність в структурі екотекстилю буде представлена як складова невід'ємна частина його якості. Це дозволить виключити можливі на практиці випадки, коли той чи інший вид екологічнобезпечного текстильного матеріалу чи одягу з нього при наявності високого рівня екологічної безпечності не знайде покупця на екоринку через низьку якість виготовлення матеріалу чи пошиття з нього виробу. Може бути і інший випадок, коли високий рівень якості того чи іншого виду одягу чи матеріалу для його пошиття не гарантується необхідним рівнем його екологічної безпечності і також не знайде попиту на екоринку текстилю.

По-друге, забезпечення єдиного підходу до оцінювання якості екологічнобезпечних видів текстильних матеріалів і виробів одягового і інтер'єрного призначення і їх звичайних аналогів вимагає не тільки внесення відповідних уточнень і доповнень в існуючу нормативну документацію, але й певного організаційно-економічного обґрунтування.

По-третє, на формування і функціонування вітчизняного ринку екотекстилю негативно впливає відсутність в окремих підгалузях легкої і текстильної промисловості необхідних методичних рекомендацій для оцінювання та аналізу економічної ефективності роботи окремих підприємств, які займаються випуском екотекстилю. Мова йде про якість і екологічну безпечність сировини, наявність екологічнобезпечних і ресурсозберігаючих технологій та обладнання, якість і конкурентоспроможність готової продукції, збереження якості продукції на всіх етапах її життєвого циклу та ін.

По-четверте, як в окремих підгалузях, так і в країні в цілому поки відсутня державна та галузева статистична звітність про обсяги виробництва та видову і групову структуру асортименту основних груп і видів екологічнобезпечних текстильних матеріалів і виробів одягового і інтер'єрного призначення, які випускаються текстильною, швейною, трикотажною, килимовою, текстильно-галантерейною підгалузлями. Відсутня інформація про технічний рівень і якість цієї продукції, а також економічні затрати на її виробництво.

По-п'яте, в галузевих науково-дослідних установах сфери текстильної і легкої промисловості, а також сфери торгівлі ще недостатньо приділяється увага маркетинговим, матеріалознавчим і технологічним фундаментальним і прикладним дослідженням проблем, пов'язаних з економічними питаннями формування якості екотекстилю.

Як і при формуванні любого нового сегменту товарного ринку, при розробленні теоретико-методологічних основ формування вітчизняного ринку екотекстилю особливого значення та актуальності набувають питання обґрунтування не тільки економічної та екологічної доцільності його створення, але й забезпечення високого рівня якості і оптимальності асортименту конкретних видів екологічнобезпечних текстильних матеріалів і виробів на всіх етапах їх життєвого циклу. Саме рівень якості і екологічності виробництва екологічнобезпечної продукції може гарантувати їй виробникам необхідні конкурентні переваги не тільки на внутрішньому, але й на зовнішніх ринках.

Багаторічний досвід роботи провідних зарубіжних фірм, які займаються виробництвом і збутом екотекстилю, переконливо свідчать про те, що їх успіх на ринках забезпечується не стільки за рахунок збільшення обсягів виробництва необхідної продукції, скільки її постійною модифікацією, націленою на підвищення та підтримання технічного рівня та якості [2].

Що стосується вітчизняних виробників екотекстилю, то, на жаль, деякі з них при вирішенні проблем якості орієнтуються тільки на досягнення певного технічного рівня продукції і не завжди враховують інтереси конкретних споживачів цієї продукції, недостатньо приділяють уваги на збереження рівня якості на всіх етапах життєвого циклу конкретних видів товарів. Саме через відсутність необхідного зв'язку між виробниками екотекстилю і його ринком існуючі на окремих підприємствах вітчизняної текстильної і швейної промисловості системи комплексного управління якістю продукції не завжди приносять бажані результати. Ситуація на ринку екотекстилю ускладнилась після вступу України до СОТ, коли вітчизняний ринок текстилю став заповнюватись багатьма видами більш низькоякісних, але дешевих товарів. Це суттєво гальмує реалізацію вітчизняної продукції аналогічного призначення.

Необхідно мати на увазі і те, що існуючі в Україні системи комплексного управління якістю товарів легкої промисловості дещо відрізняються від аналогічних міжнародних систем, вимоги до яких регламентуються відповідними міжнародними стандартами. Це стосується, перш за все, таких питань:

- вітчизняна система на відміну від міжнародної, в основному, охоплює організаційні питання, пов'язані з досягненням на підприємствах певного рівня якості і в меншій мірі пов'язана з інтересами споживачів на екоринку;
- в зарубіжних системах, як правило, помітний більш тісний взаємозв'язок між програмами забезпечення якості продукції і економічними результатами діяльності підприємств;
- в зарубіжних системах, на відміну від вітчизняних, містяться наступні обов'язкові елементи: політика підприємства в галузі формування якості, періодична внутрішня перевірка якості самим підприємством, організація обліку та оцінювання затрат на забезпечення якості;
- в зарубіжних системах якості екологічнобезпечних груп товарів, включаючи екотекстиль, вимоги до рівня якості більш регламентовані у відповідних національних і міжнародних стандартах, що суттєво полегшує систему їх контролю.

При формуванні і забезпеченні рівня якості різних за способами виробництва, призначенням, будовою і оздобленням груп і видів екологічнобезпечних матеріалів і виробів необхідно враховувати наступні характерні особливості даних товарів [12]:

– якість екотекстилю, як і іншого виду товарів легкої промисловості, знаходиться в прямому взаємозв'язку, взаємозалежності і взаємовпливу з якістю праці при виготовленні цих товарів;

– у формуванні якості екотекстилю приймають участь фахівці різного профілю – технологи, економісти, дизайнери, матеріалознавці та інші;

– визначення оптимальних границь рівня якості любого виду екотекстилю повинно проводитись з обов'язковим врахуванням рівня його екологічної безпечності і конкретних умов експлуатації (дитячий асортимент, вироби, які в процесі експлуатації контактують зі шкірою людини, вироби санітарно-гігієнічного та спеціального призначення);

– при формуванні якості екотекстилю повинна гарантуватись безперервність процесів формування і забезпечення необхідного рівня якості та екологічної безпечності любого виду екотекстилю на всіх стадіях його життєвого циклу;

– основні затрати, пов'язані з підвищенням рівня якості та екологічної безпечності екотекстилю, як правило, відбуваються на стадіях підготовки виробів до виробництва і в процесі їх виготовлення, а ефективність виробництва цих виробів виявляється вже в процесі їх експлуатації.

На основі перерахованих особливостей формування якості та екологічної безпечності екотекстилю кожне підприємство, яке займається його випуском, розробляє конкретний організаційно-економічний механізм управління якістю продукції, який охоплює всі блоки питань, пов'язаних з формуванням і дотриманням рівня якості і екологічної безпечності на всіх етапах її життєвого циклу.

Необхідність створення в окремих підгалузях легкої і текстильної вітчизняної промисловості організаційно-економічних механізмів управління якістю екотекстилю обумовлена рядом чинників, а саме [12]:

– постійним зростанням ролі організаційно-економічних механізмів управління асортиментом, якістю та екологічною безпечністю на всіх етапах життєвого циклу екологічнобезпечних видів і груп текстильних матеріалів і виробів різного цільового призначення;

– відсутністю на підприємствах, які займаються виробництвом екотекстилю, необхідних взаємозв'язків між якістю праці, якістю продукції та затратами на її модифікацію;

– відсутністю на підприємствах системного підходу при розробленні і впровадженні в практику роботи цих підприємств комплексних скоординованих планів підвищення якості та екологічної безпечності основних видів екологічнобезпечних текстильних матеріалів і виробів одягового та інтер'єрного призначення;

– існуючі способи підвищення рівня якості та екологічної безпечності і рівень затрат на їх проведення на різних підприємствах вітчизняної текстильної і швейної промисловості, як правило, характеризуються багатоваріантністю їх забезпечення та багатокритеріальністю визначення їх ефективності.

Як відомо, постійне підвищення якості екотекстилю, як і інших груп екологічнобезпечних товарів вітчизняної легкої промисловості, є однією з поширених форм конкурентної боротьби, а також завоювання і утримання позицій на ринку. І це цілком зрозуміло. Високий рівень якості у поєднанні з необхідною екологічною безпечністю сприяє не тільки збільшенню попиту та пропозицій на конкретні види екологічнобезпечних текстильних матеріалів і виробів, але й гарантує отримання прибутків виробникам цих товарів за рахунок застосування більш високих цін на названі товари порівняно з їх звичайними аналогами.

Необхідно зауважити, що створення організаційно-економічних механізмів управління якістю екотекстилю – це складний багатогранний процес, який може включати декілька етапів. Стосовно економіки якості екотекстилю можна виділити наступні етапи [12]:

1. Обґрунтування актуальності та необхідності створення даного механізму, вибір інструментів для його реалізації та методів (способів) його впливу на економіку якості конкретних видів екотекстилю різного цільового призначення. При цьому першочергова увага приділяється процедурі формування показників якості названих товарів і затрат на окремих етапах життєвого циклу товарів. Основним результатом даного етапу побудови механізму управління якістю є формулювання концепції цього механізму, його мети та завдань.

2. Аналіз змісту механізму, який включає: класифікацію видів і етапів аналізу, послідовність виконання окремих етапів аналізу, оцінювання їх впливу на економіку якості продукції, аналіз інформаційних систем якості і створення на цій основі структурно-логічної моделі механізму.

3. Вибір способів, методів і форм реалізації функцій механізму управління якістю екотекстилю. Основну увагу на даному етапі слід приділити інформаційному забезпеченню формування якості цих товарів і потрібних для цього затрат.

4. Планування і прогнозування показників якості основних видів екотекстилю одягового і інтер'єрного призначення і витрат на її забезпечення. Це моделювання рівня якості названих товарів і витрат на їх виробництво.

5. Визначення ефективності впровадження механізму управління якістю екотекстилю в практику виробництва.

6. Розроблення рекомендацій по впровадженню даного механізму в практику роботи підприємств.

**Висновки і перспективи подальших досліджень.** У результаті проведених досліджень сформульовані основні чинники, які визначають рівень якості та екологічної безпечності основних видів екологобезпечних текстильних матеріалів і виробів одягового та інтер'єрного призначення та їх конкурентоспроможність на вітчизняному ринку екотекстилю. Показано, що існує необхідність розроблення нових і вдосконалення існуючих організаційно-економічних механізмів управління якістю екотекстилю на даному ринку. Доведено, що забезпечення якості екотекстилю та механізми управління вітчизняним ринком цієї продукції необхідно розробляти на основі поглиблених комплексних технологічних, маркетингових і матеріалознавчих досліджень. Перспективи подальших досліджень повинні стосуватись оцінки економічної ефективності від практичного запровадження запропонованих організаційно-економічних механізмів управління якістю екотекстилю на підприємствах, що займаються його виробництвом.

### Література

1. Ілляшенко С.М. Формування ринку екологічних інновацій: економічні основи управління : монографія / С.М. Ілляшенко. – Суми : Університетська книга, 2002. – 250 с.
2. Горшков Д.В. Рынок экологически чистых продуктов: зарубежный опыт и перспективы России / Д.В. Горшков // Маркетинг в России и за рубежом. – 2004. – № 6. – С. 15–29.
3. Кошкар'юв О.П. Роль державного сектору в розвитку ринку екологічно чистих товарів / О.П. Кошкар'юв, А.В. Меркулова // Торгівля і ринок України: Тематичний збірник наукових праць. Донецьк : ДонДует, 2008. – Вип. 21. – Т.1. – С. 54–58.
4. Кошій О.В. Проблеми виготовлення екологічно чистих продуктів харчування в Україні / О.В. Кошій // Маркетинг в Україні. – 2007. – № 3. – С. 40–44.
5. Семак Б.Б. Наукові засади формування ринку рослинної технічної сировини та його окремих сегментів в Україні : монографія / Б.Б. Семак. – Львів : ЛКА, 2007. – 512 с.
6. Семак Б.Б. Роль рослинної технічної сировини у формуванні вітчизняного ринку екотекстилю / Б.Б. Семак // Економічний простір: збірник наукових праць. – № 34. – Дніпропетровськ : ПДАБА, 2010. – С. 298–310.
7. Семак Б.Б. Роль маркетингу на ринку екотекстилю / Б.Б. Семак, М.А. Коваленко // Вісник Хмельницького національного університету. Серія економічні науки, 2010. – № 1. – Т.1. – С. 158–162.
8. Семак Б.Б. Особливості інформаційного забезпечення вітчизняного ринку екотекстилю / Б.Б.Семак, М.А.Коваленко // Прометей: регіональний збірник наукових праць з економіки. – Донецьк : ДЕГІ, 2010. – Вип.1 (31). – С. 213–216.
9. Семак Б.Б. Роль рослинної технічної сировини в екологізації технології виробництва та асортименту одягових і декоративних тканин / Б.Б.Семак, М.А.Коваленко // Легка промисловість, 2010. – №.1. – С. 38–39.
10. Семак Б.Б. Роль торгівлі у формуванні вітчизняного ринку еколого-безпечних текстильних матеріалів і виробів / Б.Б.Семак // Актуальні проблеми економіки. Науковий економічний журнал. – 2010. – № 9 (111). – С. 76–82.
11. Лук'янихін В.О. Екологічний менеджмент у системі управління збалансованим розвитком : монографія / В.О. Лук'янихін. – Суми : Університетська книга, 2002. – 314 с.
12. Грузнов И.И. Эффективные организационно-экономические механизмы управления (теория и практика) / И.И. Грузнов. – Одесса : Полиграф, 2009. – 528 с.

### References

1. Illiashenko S.M. Formuvannia rynku ekolohichnykh innovatsii: ekonomichni osnovy upravlinnia: Monohrafiia / Pid red.d.e.n., prof. S.M.Illiashenka. – Sumy: Universtyetska knyha, 2002. – 250 p. [in Ukrainian]
2. Horshkov D.V. Rynek ekolohychesky chystykh produktov: zarubezhnyi opyt u perspektivy Rossyy // Marketynh v Rossyy i za rubezhom. – 2004. – No 6. – pp.15-29. [in Russian]
3. Koshkarov O.P. Rol derzhavnogo sektoru v rozvytku rynku ekolohichno chystykh tovariv / Torhivlia i rynek Ukrainy: Tematychny zbirnyk naukovykh prats. – No.21, Vol.1. – Donetsk: DonDuet, 2008. – pp.54-58. [in Ukrainian]
4. Koshchii O.V. Problemy vyhotovlennia ekolohichno chystykh produktiv kharchuvannia v Ukraini // Marketynh v Ukraini. – 2007. – No 3. – pp.40-44. [in Ukrainian]
5. Semak B.B. Naukovi zasady formuvannia rynku roslynnoi tekhnichnoi syrovyny ta yoho okremykh sehmentiv v Ukraini: monohrafiia – Lviv: LKA, 2007. – 512 p. [in Ukrainian]
6. Semak B.B. Rol roslynnoi tekhnichnoi syrovyny u formuvanni vitchyznianoho rynku ekotekstyliu / Ekonomichniy prostir: zbirnyk naukovykh prats. – No 34. – Dnipropetrovsk: PDABA, 2010. – pp.298-310. [in Ukrainian]
7. Semak B.B. Rol marketynhu na rynku ekotekstyliu / Visnyk Khmelnytskoho natsionalnoho universytetu. Serii ekonomichni nauky, 2010. – No 1. – Vol 1. – pp.158-162. [in Ukrainian]
8. Semak B.B. Osoblyvosti informatsiinoho zabezpechennia vitchyznianoho rynku ekotekstyliu / Prometei: rehionalnyi zbirnyk naukovykh prats z ekonomiky. – Donetsk: DEGI, 2010. – No.1(31). – pp.213-216. [in Ukrainian]
9. Semak B.B. Rol roslynnoi tekhnichnoi syrovyny v ekolohizatsii tekhnolohii vyrobnytstva ta asortymentu odiahovykh i dekoratyvnykh tkanyn / Lehka promyslovisht, 2010. – No 1. – pp.38-39. [in Ukrainian]
10. Semak B.B. Rol torhivli u formuvanni vitchyznianoho rynku ekoloho-bezpechnykh tekstylnykh materialiv i vyrobiv / B.B.Semak // Aktualni problemy ekonomiky. Naukovi ekonomichni zhurnal. – 2010. – No 9(111). – pp.76-82. [in Ukrainian]



11. Lukianykhin V.O. Ekolohichniy menedzhment u systemi upravlinnia zbalansovanyim rozvytkom: Monohrafiia– Sumy: Universytetska knyha, 2002. – 314 p. [in Ukrainian]

12. Hruzov Y.Y. Effektyvnye orhanyzatsyonno-ekonomycheskiye mekhanizmy upravleniya (teoriya i praktyka). – Odessa: Polyhraf, 2009. – 528 p. [in Russian]

Надійшла 12.09.2013; рецензент: д. е. н. Дайновський Ю. А.

УДК 658: 256.008

Г. М. ДОРОЖКІНА, Л. М. ХОМЕНКО

Кременчуцький національний університет імені Михайла Остроградського

## ОРГАНІЗАЦІЯ МАРКЕТИНГУ ГІРНИЧОЗБАГАЧУВАЛЬНОГО КОМБІНАТУ ПРІ ЗБІЛЬШЕННІ ЕКСПОРТНИХ ПОСТАВОК

*Визначено етапи удосконалення системи управління зовнішньоекономічною діяльністю. Розглянуто вирішення завдань формування та впровадження сучасних структур управління зовнішньоекономічною діяльністю при нарощуванні експортних поставок. Запропоновано використання динамічної імовірної моделі з режимом безперервного контролю рівня запасів продукції з метою розв'язання задачі пошуку оптимальної стратегії регулювання запасів.*

*Ключові слова: стратегія збуту, споживачі, функція виграшу, рівень запасів, зовнішньоекономічна діяльність.*

A. M. DOROZHKOVA, L. M. HOMENKO

Kremenchuk Mykhailo Ostrohradskiy National University

## ORGANIZATION OF MARKETING IN MINING AND PROCESSING PLANT UNDER CONDITIONS OF INCREASE IN PRODUCT DELIVERIES TO FOREIGN MARKETS

*This work presents the methods of modification of a mining and processing plant marketing service structure under conditions of increase in product deliveries to foreign markets, rationalizing of commodity product range. As a result of the performed research the measure of organization of external economic management structure by groups of countries has been suggested, phases of an external economic management of a mining and processing plant have been defined, the analysis and systematization of three aspects of management process on enterprise have been done: the work of curators-marketers, justification and concretization of management, information processing functions and solutions for functions; the complex of justification works of an external economic management of a mining and processing plant employee quantity was made. Thus, for solution of the problem of searching an optimal strategy for regulation of production supplies the application of dynamic probable model with the mode of continuous supply level control has been suggested.*

*Keywords: marketing strategy, consumers, gain function, inventory levels, foreign economic activity.*

### Вступ

Сучасне підприємницьке середовище змінюється і спеціалісти постійно досліджують можливості як вітчизняного, так і особливо міжнародного ринків. Зростання взаємозалежності країн при виробництві металопродукції призводить до усвідомлення керівництвом підприємств більш глобального підходу до бізнесу. Міжнародні ринки важливі особливо для вітчизняних гірничо-збагачувальних комбінатів (ГЗК) за розширення виробництва окатишів. Підприємства повинні шукати нові можливості збуту на ринках закордонних країн в умовах насичення внутрішнього ринку залізородною сировиною. В міру нарощування обсягів поставок на закордонні ринки постає питання удосконалення управлінської структури служби маркетингу для планування і ефективного здійснення маркетингової діяльності.

### Аналіз останніх досліджень і публікацій

Найбільш розповсюджена форма управління маркетинговою діяльністю – функціональна організація, коли на чолі різних напрямків перебувають спеціалісти з відповідного виду діяльності: маркетингових досліджень, нової продукції, продажу і реклами. Теоретики з маркетингу для підприємств, що реалізують значну частину своєї продукції за кордон, рекомендують здійснювати організацію відділу маркетингу за географічним принципом [1–3]. При такому підході за співробітниками з маркетингу закріплюються окремі країни, регіони.

Дослідженню експортної політики присвячували роботи велика кількість як вітчизняних, так і зарубіжних вчених, серед яких Г. Армстонг, В. Вонг, А. Іванов, В. Мазур, Ф. Котлер, Л. Стровський, Д. Сондерс [1, 2, 4].

### Постановка завдання

Основною метою проведених в даній роботі досліджень є удосконалення структури служби маркетингу гірничо-збагачувального комбінату при зростанні обсягів поставки продукції на зовнішні ринки, раціоналізації товарного асортименту продукції із використанням динамічної імовірної моделі з режимом безперервного контролю рівня запасів.

### Результати досліджень

Планування, формування і управління асортиментом полягає в тому, щоб товаровиробник своєчасно пропонував відповідну сукупність продукції, в тому числі на експорт, яка відповідає профілю

його виробничої діяльності та найбільш повно задовольняє вимогам відповідних категорій споживачів. При формуванні асортименту, особливо за виходу на міжнародні ринки, виникає проблема цін та якості, а також збирається виробник відігравати роль лідера в підвищенні якості продукції чи вимушений слідувати за іншими світовими або вітчизняними виробниками. Планування асортименту продукції – безперервний процес. Управління асортиментом передбачає координацію взаємопов'язаних видів діяльності – науково-технічної і технологічної, комплексного дослідження ринку, організації збуту, в тому числі експортних поставок, реклами, стимулювання попиту, чим зайнято багато спеціалістів [1, 4].

ВАТ «Полтавський ГЗК» потужний постачальник залізородних окатишів, які виробляються на чотирьох технологічних лініях. Експортна спрямованість виробництва обумовлена сприятливим географічним розташуванням та добрими фізичними властивостями окатишів: висока міцність та незначний вміст дріб'язку. За рахунок зменшення викидів при використанні окатишів покращується екологічність процесу доменної плавки, що особливо привертає увагу закордонних споживачів. Постійне впровадження досягнень науково-технічного прогресу дозволило ввести в експлуатацію флотаційне устаткування із збагачення залізородного концентрату, що дозволяє комбінату виробляти високоякісні окатиші зі вмістом заліза до 65,5 %. Високі фізичні характеристики окатишів зумовлені оснащенням фабрики окомкування комплексним імпортним обладнанням фірми «Allis Mineral System» з використанням технології «грати-трубчата піч». Для виробництва окатишів використовують: магнетитовий і флотаційний концентрат збагачувальної фабрики, привозний концентрат, доломітизований вапняк, бентоніт і торф. В цеху випускаються окатиші двох марок – ОМ і ОФ з вмістом Fe загального 62 % і 65 % відповідно.

Створення і постійне удосконалення зовнішньоекономічної служби на комбінаті зумовлене великою часткою експорту в загальному обсязі виробництва, регулярним здійсненням зовнішньоторговельних операцій, випуском продукції з високим рівнем конкурентоспроможності, невисоким рівнем конкуренції на відповідному сегменті світового ринку, відсутністю потреби серйозної адаптації продукції до закордонних умов використання та наявністю необхідної чисельності фахівців із зовнішньоекономічної діяльності.

Традиційними споживачами української залізородної сировини є країни Центральної та Східної Європи. Сумарне виробництво чавуну в цих країнах складає 25–27 млн т [2]. За умови низької якості, незначних запасів та не розвиненості видобутку власної залізної руди чорна металургія цих країн орієнтована на зовнішні поставки залізородної сировини. Обсяги споживання по руді складають близько 40 млн. т, з яких 97% припадає на імпорт. Частка окатишів в загальній структурі споживання залізородної сировини в останні роки перевищує 30 %, причому протягом п'яти років збільшення досягло 5 % [2]. ВАТ «Полтавський ГЗК» одне із найбільших у Європі підприємств по видобутку та переробці залізородної сировини. Майже 90 % продукції комбінату відвантажується до країн Європи і динаміка експорту наведена на рис. 1.

Відвантаження готової продукції здійснюється залізничним і річковим транспортом. Для цього на комбінаті споруджено цілісний комплекс навантажувальних бункерів і конвеєрів для завантаження в залізничні вагони і баржі. Аналіз наведеної динаміки експорту окатишів засвідчив постійне збільшення поставок в Австрію, які тільки в 2011 р. збільшилися на 1,8 % в порівнянні з 2009 р. Зростає також постачання в абсолютному і відносному значеннях до Болгарії та Словаччини.

Формування структури підрозділу зовнішньоекономічної діяльності ГЗК – засіб покращення функціонування самого об'єкту управління стосовно реалізації окатишів, що експортуються.

В умовах опрацювання структури підрозділу для підприємства необхідно враховувати існуючі форми і методи роботи з тим, щоб не втратити того позитивного, що мало місце в попередній структурі управління, і в той же час привести її у відповідність новим цілям та вимогам. Процеси покращення організації виробництва і удосконалення управління зовнішньоекономічною діяльністю необхідно розглядати з точки зору системного підходу, приділяти постійну увагу їх взаємозв'язкам і взаємовпливу.

При вивченні існуючої системи шляхом обстеження здійснюється збір інформації стосовно підрозділу зовнішньоекономічних зв'язків і перспектив його розвитку: складання плану випуску продукції; формування цінової політики; обґрунтування каналів збуту продукції; визначення попиту на продукцію, що експортується; розміщення реклами в засобах інформації; розробка технології по збільшенню вмісту заліза в окатишах; комплексне вивчення властивостей власної і продукції конкурентів. Впровадження удосконаленої структури управління зовнішньоекономічною діяльністю являє собою реалізацію прийнятих рішень шляхом їх матеріально-технічного, правового і економічного забезпечення.

Процес проектування удосконаленої структури управління зовнішньоекономічною діяльністю може приймати різні форми, але повинен підпорядковуватися опрацьованій загальній схемі [3]. Конкретний зміст, послідовність, трудомісткість окремих етапів залежить від специфіки співпраці комбінату із закордонними партнерами; від наявності достовірної і повної інформації стосовно різних сторін його діяльності; від характеру досліджень, що здійснювалися в організації раніше; від ресурсів для розробки проекту нової або удосконаленої існуючої структури, і перш за все, від чисельності і кваліфікації групи спеціалістів, що зайняті вирішенням цієї проблеми.

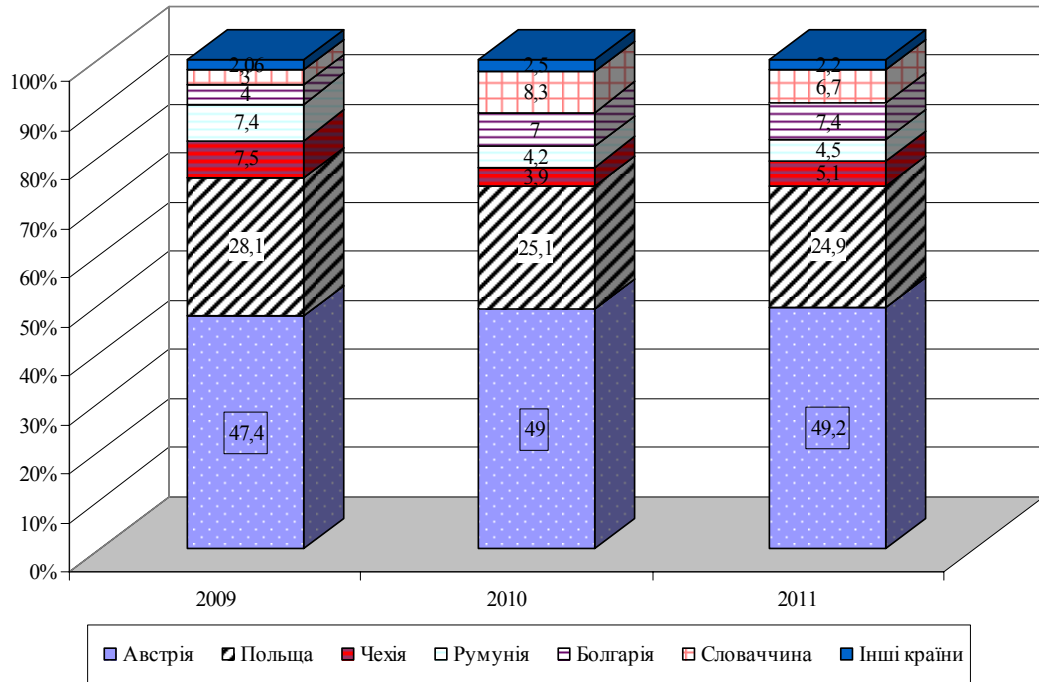


Рис. 1. Динаміка експорту окатишів Полтавського ГЗК, %

Типізація процесу розробки структури управління зовнішньоекономічною діяльністю ГЗК, що базується на узагальненні досвіду розробки систем управління на підприємствах галузі, зображена на рис. 2.



Рис. 2. Етапи розробки системи управління зовнішньоекономічною діяльністю ГЗК

Для умов комбінату за нашою участю здійснено комплекс робіт з обґрунтування чисельності працівників фірми зовнішньоекономічних зв'язків. При цьому скористалися як існуючою системою нормативів, так і експертними оцінками. Торгові агенти можуть жити в межах території обслуговування і працювати з мінімальними витратами часу і засобів на роз'їзди.

При обґрунтуванні чисельності приймалися до уваги і неекономічні фактори: відповідність організаційної схеми апарату управління зовнішньоекономічною діяльністю структури цілей, якості інформаційної роботи та завантаження керівників оперативною роботою.

Здійснено аналіз і систематизацію трьох аспектів процесу управління на комбінаті: робота кураторів-маркетологів, обґрунтування та конкретизація функцій з управління, опрацювання інформації і рішень стосовно функцій. Структуру управління зовнішньоекономічною діяльністю запропоновано організувати за групами країн, регіонами (рис. 3).

Математичні моделі й алгоритми, розроблені для конкретної задачі управління запасами, являють собою не просто планові орієнтири, а визначають оптимальну стратегію поведінки в реальній ситуації.

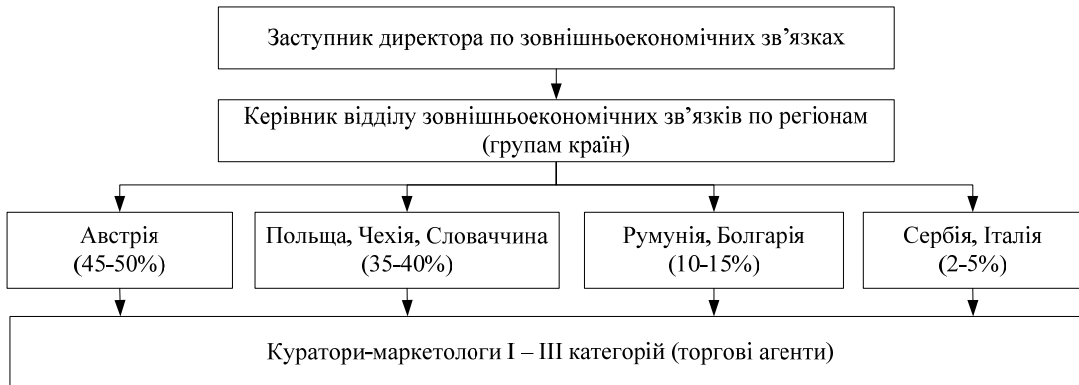


Рис. 3. Фрагмент організаційної структури відділу зовнішньоекономічних зв'язків ГЗК

На практиці майже завжди замість детермінованої моделі економічно вигідних обсягів партій, які замовляються, доводиться користуватися її модифікованим варіантом, що дозволяє врахувати імовірний характер попиту. Метод аналізу задачі визначення економічно оптимальних обсягів партій окатишів, які замовляються, узагальнюється на випадок, коли попит носить стохастичний характер.

Багато промислових підприємств при прийнятті управлінських рішень стосовно оптимізації запасів розглядають час як безперервну зміну. Разом з тим, витрати, пов'язані з реалізацією замовлення, і витрати на утримання запасів передбачаються стаціонарними [5]:

$$c(x) = \begin{cases} 0, & \text{при } x = 0 \\ k + cx, & \text{при } x \geq 0 \end{cases} \quad (1)$$

де  $c(x)$  – витрати, що пов'язані з реалізацією замовлення;  $k$  – накладні витрати ( $k \geq 0$ );  $c$  – вартість тони окатишів ( $c \geq 0$ ).

Заявки клієнтів, що надходять в момент часу, коли запаси на підприємстві – виробнику відсутні, відкладаються в портфель невиконаних замовлень і з часом задовольняються. Штрафні витрати  $P > 0$  стаціонарні й пропорційні обсягу портфелю невиконаних замовлень станом на момент надходження замовленої партії окатишів тобто на момент чергового замовлення.

Управлінське рішення полягає в обґрунтуванні мінімального значення середніх витрат за одиницю часу тобто, для умов роботи ГЗК, тиждень. Введемо наступні позначення:  $M$  – обсяг окатишів, які користуються попитом у клієнтів впродовж одиничного відрізка часу;  $L$  – інтервал упередження, тобто тривалість відрізка часу від моменту розміщення замовлення до моменту отримання замовленої партії окатишів;  $M_1$  – обсяг окатишів, які користуються попитом у покупців впродовж відрізка часу  $L$ . При цьому значення  $L$  є фіксованим і наперед відомим.

Оскільки «математичне очікування суми деяких величин завжди дорівнює сумі математичних очікувань цих величин» [5, с. 238]:

$$M_1 = ML. \quad (2)$$

Для промислових підприємств характерна ситуація, коли  $L > 0$ . Позначимо через  $q_1$  фактичний обсяг попиту в інтервалі між моментом розміщення замовлення на окатиші й часом його виконання. Даний інтервал є інтервалом упередження. Значення випадкової змінної  $q_1$  нерідко може перевищити рівень

наявних запасів окатишів на початку інтервалу упередження. Таким чином, можлива ситуація, коли необхідно буде піти на відстрочку виконання замовлень.

В процесі аналізу важливо врахувати економічну взаємозалежність між критичним рівнем запасів ( $S$ ) і об'ємом замовлення на чергову поставку окатишів ( $Q$ ). Так, якщо значення  $S$  зберігати фіксованими, а значення  $Q$  збільшувати, то складова середніх витрат, обумовлених штрафними витратами, зменшується. Пояснюється це тим, що скорочується число поповнень запасів і відповідно зменшується частота виникнення таких ситуацій, коли потрібна марка окатишів в накопичувальних місткостях відсутня. Таким чином, середнє значення витрат можна скоротити за рахунок збільшення  $Q$  в порівнянні з оптимальним значенням цього параметру, що розраховується за формулою Уілсона [4]:

$$Q = (2kM/h)^{1/2}. \quad (3)$$

Так само економія коштів може бути досягнута за рахунок подальшого зменшення критичного рівня  $S$ .

При опрацюванні моделі з режимом безперервного контролю рівня запасів окатишів визначається вид цільової функції тобто відповідність критерію ефективності. В подальшому необхідно оптимізувати значення цільової функції шляхом належного вибору значень  $S$  і  $Q$ . При виборі припущень в першу чергу намагаємося спростити як математичну сторону режиму безперервного контролю оптимальних значень запасів і обсяг замовлення, так і практичну стосовно ефективного засобу обґрунтування управлінських рішень контролю рівня запасу окатишів: розподіл ймовірностей для рівнів попиту на упередження не залежить від того, коли рівень запасів досяг свого критичного значення; рівень запасу і можна розглядати як безперервну змінну; після отримання чергового замовлення, що поповнює запаси, по закінченню відповідного часу настає момент, коли  $i = S$  й знову впроваджуються заходи спрямовані на поповнення запасів; для оптимальної стратегії критичний рівень  $S > 0$ , і на будь-якому інтервалі упередження обсяг попиту не перевищує обсягу замовленої партії окатишів, тобто  $q_i > Q$ .

У момент, який безпосередньо передє черговому поповненню, обсяг запасів складає  $S - q_i$ , а зразу після надходження поповнення  $S - q_i + Q$  тобто ця величина не може бути менша  $S$ . Тому в будь-який момент часу число замовлень, які знаходяться в процесі реалізації, не може перевищувати одного. На будь-якому часовому інтервалі  $T$  розподіл ймовірностей для рівнів попиту впродовж  $T$  повинен бути пуасонівським і характеризуватися єдиним параметром  $MT$  [5], який дорівнює одночасно і середньому значенню попиту і відповідній дисперсії. В практичній діяльності промислових підприємств рідко мають місце випадки, коли середнє значення і дисперсія попиту співпадають за своїм значенням. Найчастіше дисперсія у декілька раз перевищує середнє значення. Запропоновані припущення дозволяють використовувати у всіх обчислювальних процедурах розподіл ймовірностей  $q_i$  довільного виду. Наведена модель, незважаючи на деяку внутрішню суперечливість, часто виявляється вдалим наближенням до виробничої дійсності, особливо щодо оптимізації рівня запасів окатишів у ВАТ «Полтавський ГЗК» за своєчасного їх відвантаження залізничними вагонами і баржами.

Складова цільової функції, що визначає витрати на реалізацію замовлення на поставку, в точності співпадає з відповідним елементом моделі економічно вигідного розміру партії, яка замовляється, тобто має наступний вигляд:

$$kM/Q + cM. \quad (4)$$

Середні витрати, які очікуються в одиницю часу  $E(AC)$ , розраховуються за формулою:

$$E(AC) = \frac{kM}{Q} + cM + h \left( \frac{Q}{2} - M_l + S \right) + \left( \frac{hM_l}{2Q} + \frac{MP}{Q} \right) \sum_{q_i} (q_i - S) q_i. \quad (5)$$

Обрахувавши часткову похідну  $\delta E[AC]/\delta Q$ , прирівнявши її нулю і розв'язавши отримане в результаті рівняння відносно  $Q$ , прийдемо до наступної формули з визначення оптимальної величини:

$$Q = \sqrt{\frac{2kM}{h} + \left( M_l + \frac{2MP}{h} \right) \sum_{q_i > S} (q_i - S) q_i}. \quad (6)$$

Аналітичний розгляд рівнянь (5) і (6) засвідчує, що оптимальне значення  $Q$  стає більшим у порівнянні з оптимальним значенням у випадку детермінованого попиту (3). Звернемо увагу, що при зменшенні значення  $S$  величина  $Q$  зростає. Партія поставки окатишів повинна бути кратна нормі залізничного маршруту або місткості баржі. З метою своєчасного транспортування окатишів укладено договір з Південною залізницею та локомотивним депо станції Золотнішино по своєчасному відвантаженню оптимальних партій з АТ «Полтавський ГЗК» закордонним та вітчизняним споживачам.

### Висновки

Для працівників комбінату важливо конкретизувати функції зовнішньоекономічної діяльності. Вони повинні приймати участь в розробці довгострокових і річних планів техніко-економічного і соціального розвитку підприємства; розробляти і затверджувати в установленому порядку плани інтенсифікації зовнішньоекономічної діяльності стосовно реалізації окатишів з кожної технологічної лінії за відповідного вмісту заліза. В кінцевому підсумку визначається тактика і стратегія зовнішньоекономічної діяльності підприємства і подаються відповідні пропозиції вищому керівництву.

При розв'язанні практичних задач, коли здійснюється пошук оптимальної стратегії регулювання запасів окатишів відповідної марки, враховуються поточні значення наведених в моделі економічних показників. При оцінці структури і параметрів розподілу ймовірностей для рівнів попиту особливе значення надають останнім даним відносно потреби споживачів в даній марці окатишів. В більшості систем управління запасами в ГЗК кожна із стратегій повинна переглядатися з урахуванням нових даних не частіше одного разу за півроку. Накладні витрати доцільно оцінювати шляхом співставлення річних витрат на оплату праці з тією частиною, яка пов'язана з розміщенням замовлень на поставки відповідних марок окатишів на склади. Як правило, розглядаються середні значення накладних витрат за цілим числом інтервалів поповнення запасів. Часто вирішальним параметром при визначенні стратегії в сфері регулювання запасів є величина обігових коштів підприємства. Додаткові витрати, що пов'язані зі зберіганням окатишів на складах й відповідні витрати на страхування обраховуються як в цілому, так і для кожної марки окатишів окремо. Оцінка штрафних санкцій, тобто економічного збитку, що виникає внаслідок відсутності потрібної марки окатишів на складі, пов'язана з найбільшими труднощами.

### Література

1. Стровский Л. Е. Внешнеэкономическая деятельность предприятия / Л. Е. Стровский – М. : ЮНИТИ, 1999. – 471 с.
2. Мазур В. Шляхи розвитку гірничо-металургійного комплексу України / В. Мазур, О. Смирнова // Економіка України. – 2000. – № 4. – С. 4–9.
3. Хоменко М. М. Формування структур управління зовнішньоекономічною діяльністю / М. М. Хоменко // Економіка: проблеми теорії та практики. – 2005. – Вип. 203, Т. IV. – С. 1186–1195.
4. Основы маркетинга / Ф. Котлер, Г. Армстронг, Д. Сондерс, В. Вонг ; [пер. с англ. ]. – М. : Вильямс, 1998. – 1056 с.
5. Вагнер С. Основы исследования операций / С. Вагнер ; [пер. с англ. Б. Вавилова]. – М. : Мир, 1983. – 501 с.

### References

1. Strovskij L. E. Vneshnejekonomicheskaja dejatel'nost' predprijatija. Moscow, JuNITI, 1999, 471 p. [in Russian]
2. Mazur V., Shliakhy rozvytku hirnycho-metalurhiinoho kompleksu Ukrainy, Ekonomika Ukrainy, 2000, No. 4, pp. 4–9. [in Ukrainian]
3. Homenko M. M., Formuvannia struktur upravlinnia zovnishnoekonomichnoiu diialnistiu, Ekonomika: problemy teorii ta praktyky, 2005, Vol. IV, No. 203, pp. 1186–1195. [in Ukrainian]
4. Kotler F., Armstrong G., Sonders D., Vong V. Osnovy marketinga. Moscow, Vil'jams, 1998, 1056 p. [in Russian]
5. Vagner S. Osnovy issledovaniya operacij. Moscow, Mir, 1983, 501 p. [in Russian]

Надійшла 12.09.2013; рецензент: д. е. н. Хоменко М. М.

## МАРКЕТИНГ ВИЩОЇ ОСВІТИ: ОБСТАВИНИ ЗАСТОСУВАННЯ АСОРТИМЕНТНОЇ ПОЛІТИКИ

*У роботі обґрунтована необхідність використання асортиментної політики як дієвого маркетингового інструменту управління вищою освітою в ринкових умовах господарювання. Аналіз наукової літератури довів необхідність модернізації управління вищою школою з урахуванням реалій ринкового середовища шляхом впровадження концепції маркетингу. Обґрунтовано, що в якості методів управління вищими навчальними закладами доцільно застосовувати асортиментну політику, що обумовлено низкою обставин, що склалися на даний час на ринку вищої освіти України.*

*Ключові слова: асортиментна політика, вища освіта, управління вищим навчальним закладом, маркетинг, маркетингові інструменти.*

## MARKETING OF HIGHER EDUCATION: THE CIRCUMSTANCES OF ASSORTMENT POLICY APPLICATION

*The aim of the research – proof of the need to use assortment policy as an effective marketing tool of higher education management in market conditions. The analysis showed the need for modernization of higher school management taking into account realities of the market environment by introducing the concept of marketing. It is necessary to use the marketing tools as a methods of higher school management, one of key element of which is the assortment policy. The use of which is caused by a number of circumstances in the present higher education market in Ukraine. These circumstances including following: the transition from administratively command towards a market economy, which led to formation of educational services market; development of market of higher education services in the 1990-2013 and decline in demand on educational services due to reduction the number of students led to increasing competition between educational institutions in the domestic market; intensive development of globalization processes, accession of Ukraine to Bologna process intensifies competition with foreign educational institutions; excessive government regulation of the education market of Ukraine.*

*Keywords: assortment policy, higher education, higher school management, marketing, marketing tools.*

**Постановка проблеми.** Досвід економічно розвинутих країн світу доводить, що освіта і наука є одними з головних чинників забезпечення динамічного розвитку держави, конкурентоспроможності її економіки, поліпшення якості життя суспільства. Сьогодні Україна випереджає європейські країни за кількістю осіб, що мають базову і повну вищу освіту. Але при цьому рівень розвитку української економіки, як і рівень життя населення, нижчий, ніж у країнах Європи. Разом із тим, система освіти перебуває у процесі постійного реформування та адаптації до ринкових умов господарювання. З іншого боку, відбувається падіння попиту на послуги вищої освіти.

За даних обставин доречно звернутися до світового досвіду вищої школи, яка довела міжнародну конкурентоспроможність та добре адаптована до вимог ринку праці. Інтерес західних вчених до менеджменту вищої школи протягом чотирьох останніх десятиліть то посилювався, то слабшав [1]. На думку Р. Діма, С. Хіллєрда і М. Ріда, «менеджмент знань» – наука революційного порядку [1, с.69]. Х. Ортега-і-Гассет вивчає місію університетів [3]. Є також думки вчених щодо динаміки реформ менеджменту середньої ланки вищої освіти, аналізується широка палітра методів і форм розвитку вищої школи [4]. При цьому М. Шатток вважає, що добрий менеджмент з часом сприяє процвітанню викладання і науки, а поганий (зустрічається частіше) їх підриває та прискорює занепад [5, с.2]. Варто відзначити і роботи вітчизняних вчених та вчених інших пострадянських країн. У докладі В. Філіппова [6] розглянуто досвід, тенденції і перспективи управління у вищій школі. С. Резнік усебічно досліджує управління факультетом [7]. Т. Боголіб досліджує принципи управління вищим навчальним закладом [8]. С. Опрытний розглядає особливості управлінського процесу у сфері вищої освіти [8]. О. Поліщук визначає стратегічне завдання системи управління вищою освітою України [10]. Таким чином, українські вчені роблять перші кроки на шляху пізнання проблеми. Основною причиною такої ситуації став екстенсивний розвиток ринку освітніх послуг, який до середини першого десятиріччя нинішнього століття характеризувався перевищенням попиту на освітні послуги над пропозицією. У такій ситуації традиційні форми і методи управління забезпечували бажаний результат, тому необхідність у вивченні специфіки управління була відсутня.

Таким чином, для підвищення ефективності та якості освіти одним із головних завдань системи управління вищою освітою України є адаптація управління до потреб ринку. З одного боку, це потребує

вдосконалення механізму державного управління освітою, зокрема розробки принципово нових підходів до форм і методів управління, визначення науково обґрунтованих нормативно-правових аспектів державного регулювання. З іншого, організаційно-економічна структура закладів вищої освіти в умовах глобалізації та інноваційного розвитку вже не відповідає сучасним об'єктивним потребам суспільства, оскільки на зміну централізованому, жорсткому адміністративному контролю поступово приходять гнучке управління автономними навчальними закладами. У цей час філософією господарювання, яка дозволить модернізувати освітню галузь, є маркетингова концепція, а методами управління є маркетинговий інструментарій. Тому важливо знати, якою мірою маркетингова філософія та інструментарій одержали поширення у вищій школі.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Дослідженням необхідності й можливості впровадження маркетингової концепції в діяльність вищих навчальних закладів (далі – ВНЗ) займаються вітчизняні вчені: О. Кратт, Т. Оболенська, Ю. Петруня, М. Слоква, а також російські: О. Панкрухін, О. Сагінова, В. Алексунін, К. Сагінов, С. Мамонтов, В. Щетинін, М. Хроменков, Б. Рябушкін. Теоретична цінність робіт полягає в тому, що вони формують оригінальний підхід до маркетингу освітніх послуг, обумовлений історичною ситуацією. Практична цінність пошуків у даному напрямі незаперечна, оскільки вони є методологічним фундаментом прикладних досліджень.

На думку Т. Оболенської, успішне впровадження маркетингу в діяльність вищих навчальних закладів можливо лише за умови створення ринкового середовища у сфері вищої освіти [11]. Ю. Петруня вважає, що ринкова успішність приватних і державних вищих навчальних закладів, як суб'єктів з боку пропозиції на ринку послуг вищої освіти, значною мірою залежить від їхньої спроможності ефективно організувати маркетингову діяльність. Він докладно розкриває такі основні функції маркетингової діяльності ВНЗ: проведення маркетингових досліджень; розробка товарної політики; розробка цінової політики; позиціонування ВНЗ та його напрацювань, формування системи маркетингових комунікацій; сприяння просуванню на ринку праці своїх випускників [12].

О. Панкрухін визначає маркетинг освітніх послуг [13, с.23], у дефініції звертається увага на те, що маркетинг в освітній сфері відрізняється як багатоекторністю знань, так і різноманіттям відносин суб'єктів, поданих на ринку послуг вищої освіти. О. Сагінова розкриває суть класичних елементів комплексу маркетингу (п'яти «пів») у сфері освітніх послуг з погляду споживачів (п'яти «сі») [14]. Вихідним елементом є продукт ВНЗ, його споживачі й покупці. Ціна, з погляду автора, є ключовим елементом для приватних ВНЗ і немаловажним для державних. З позицій споживачів, ціна послуг є їхніми витратами на навчання. Третім елементом є кращий канал розподілу. Характеризуючи просування як четвертий елемент, автор відзначає існування багатьох форм і методів просування освітніх програм ВНЗ. Крім традиційних елементів у комплекс маркетингу, варто, вважає вчена, включити персонал, що здійснює надання послуг вищої освіти. Підбиваючи підсумок, автор наголошує, що маркетинг є необхідною й найважливішою рисою діяльності організацій вищої освіти, що сприяє збереженню і збільшенню конкурентоспроможності на ринку послуг вищої освіти [14].

Освіту як самостійну сферу маркетингу виділяє В. Алексунін, характеризуючи її як «принципово нову», «пошукову» й «перспективну» [15, с.269]. На його думку, предметом маркетингу в освіті є «філософія, стратегія і тактика відносин і взаємодій споживачів і виробників освітніх послуг і продуктів в умовах ринку» [15, с.269].

Такі російські вчені, як В. Щетинін, М. Хроменков, Б. Рябушкін, центральне місце в успішному розвитку сфери освіти в ринкових умовах відводять маркетингу. Поява маркетингу освіти, на їх думку, супроводжується покращенням якості та розширенням асортименту освітніх послуг, підвищенням ступеня задоволення запитів споживачів у послугах освітніх закладів та, у підсумку, ще більшим зростанням ролі освіти у суспільстві [16, с.118-121]. Таким чином, беззаперечною є необхідність використання маркетингового підходу в процесі адаптації ВНЗ до ринкових умов, тому дослідження теоретичних та практичних положень формування асортиментної політики ВНЗ слід вважати актуальним науковим завданням, яке потребує термінового вирішення.

**Формулювання цілей статті.** Метою цієї статті є доказ необхідності використання асортиментної політики як дієвого маркетингового інструменту управління вищою освітою у ринкових умовах господарювання.

**Виклад основного матеріалу.** Усвідомлення необхідності використання маркетингу в управлінні вищою школою та наявність низки наукових публікацій із цього питання складають теоретичну базу для проведення подальших досліджень. За цих умов беззаперечною є необхідність використання маркетингового інструментарію на ринку освітніх послуг як методологічної складової для реалізації теоретичних положень маркетингу, що дозволить розв'язати нагальні проблеми галузі, що склалися, з одного боку, та підвищить ефективність і якість навчання, з іншого. Причому одним із найважливіших завдань є визначення потрібного та наявного інструментарію, який забезпечить необхідну ефективність з урахуванням специфіки галузі вищої освіти. Одним з основних інструментів маркетингу є товарна асортиментна політика, використання якої обумовлене низкою обставин, що склалися на даний час на ринку вищої освіти України.

Першою обставиною, що визначила необхідність використання асортиментної політики ВНЗ, є



формування ринку освітніх послуг. До середини 90-х років минулого сторіччя ринок освітніх послуг в Україні не був розвинутий, оскільки його функціонування було сумісне з колишньою командно-адміністративною системою господарювання. Тоді освітні послуги не розглядалися як товар та елемент ринкових відносин. У міру трансформації колишньої системи господарювання в Україні ринок освітніх послуг став знаходити свої зримі риси і все інтенсивніше розвиватися. Ринок освітніх послуг – це один з ринків розвинутої економіки, в якій представлено й інші види ринків: інформаційний, фінансовий, трудових ресурсів, ноу-хау, товарів виробничого призначення, споживчого попиту, цінних паперів, нерухомості, консалтингових послуг та ін. З першими п'ятьма ринками в ході свого функціонування він взаємодіє, але особливо тісно – з ринком трудових ресурсів, для якого готує і постачає кваліфіковані кадри.

Проблеми трансформації освіти в ринкових умовах активно досліджуються в сучасній західній та вітчизняній науковій літературі. Безпосередньо проблемам внеску освіти в економічне зростання країни присвячені праці Г. Беккера, Дж. Мінцера, Ф. Уелча та ін. Водночас, проблеми, з якими стикається вітчизняна освіта є значною мірою унікальними та потребують глибокого і комплексного узагальнення, що зумовлює актуальність дослідження особливостей розвитку української системи освіти в умовах трансформації економіки України.

За останні роки проблеми розвитку ринку вищої освіти набули принципово нового змісту. Перехід до ринкових відносин передбачав, що задоволення потреб є головним завданням діяльності вищих навчальних закладів, орієнтація яких на задоволення попиту обумовила високі темпи розвитку системи вищої освіти. Варто прослідити динаміку розвитку ринку освітніх послуг в Україні. Початковим періодом цього аналізу доцільно прийняти 1990 р., який більшість дослідників вважає останнім роком повноцінного функціонування командно-адміністративної системи в СРСР і початком становлення ринкових відносин в Україні. Динаміку кількості навчальних закладів та споживачів послуг вищої освіти в Україні в розрізі сегментів подано у таблиці 1 [17].

Таблиця 1

**Вищі навчальні заклади (на початок навчального року)**

| Навчальний рік | Кількість закладів      |                           |        | Кількість студентів у закладах, тис. чол. |                           |        |
|----------------|-------------------------|---------------------------|--------|---|---------------------------|--------|
|                | I-II рівнів акредитації | III-IV рівнів акредитації | усього | I-II рівнів акредитації                   | III-IV рівнів акредитації | усього |
| 1990/91        | 742                     | 149                       | 891    | 757                                       | 881,3                     | 1638,3 |
| 1995/96        | 782                     | 255                       | 1037   | 617,7                                     | 922,8                     | 1540,5 |
| 2000/01        | 664                     | 315                       | 979    | 528                                       | 1402,9                    | 1930,9 |
| 2001/02        | 665                     | 318                       | 983    | 561,3                                     | 1548                      | 2109,3 |
| 2002/03        | 667                     | 330                       | 997    | 582,9                                     | 1686,9                    | 2269,8 |
| 2003/04        | 670                     | 339                       | 1009   | 592,9                                     | 1843,8                    | 2436,7 |
| 2004/05        | 619                     | 347                       | 966    | 548,5                                     | 2026,7                    | 2575,2 |
| 2005/06        | 606                     | 345                       | 951    | 505,3                                     | 2203,8                    | 2709,1 |
| 2006/07        | 570                     | 350                       | 920    | 468                                       | 2318,6                    | 2786,6 |
| 2007/08        | 553                     | 351                       | 904    | 441,3                                     | 2372,5                    | 2813,8 |
| 2008/09        | 528                     | 353                       | 881    | 399,3                                     | 2364,5                    | 2763,8 |
| 2009/10        | 511                     | 350                       | 861    | 354,2                                     | 2245,2                    | 2599,4 |
| 2010/11        | 505                     | 349                       | 854    | 361,5                                     | 2129,8                    | 2491,3 |
| 2011/12        | 501                     | 345                       | 846    | 356,8                                     | 1954,8                    | 2311,6 |
| 2012/13        | 489                     | 334                       | 823    | 345,2                                     | 1824,9                    | 2170,1 |

Відповідно до даних таблиці слід відзначити, що загальна кількість вищих навчальних закладів зменшилася та у 2012 р. склала 823 одиниці. Причому скорочення відбувається за рахунок закладів I-II рівнів акредитації, хоча кількість закладів III-IV рівнів із 2010 р. також почала скорочуватися.

Кількість зарахованих студентів на перший курс також зменшується. Максимуму вона досягла у 2007/2008 навч. р. та склала 2813,8 тис. чол. Починаючи з 2008 р. спостерігається зменшення, і на початок 2012 р. у вищих навчальних закладах навчалось 2170,1 тис. чол. Причому скорочення відбувалося незалежно від рівня акредитації навчального закладу.

Для більш ґрунтовного аналізу за наявними даними [17; 18] розраховано структуру навчальних закладів та їх студентів залежно від рівня акредитації, яку наведено на рис. 1–3.

Наведена динаміка дозволяє стверджувати наступне:

1. Починаючи з набуття Україною незалежності відбувається перерозподіл ринку послуг вищої освіти серед закладів вищої освіти. Тобто частка навчальних закладів III-IV рівнів акредитації збільшилася з 17% у 1990 р. до 40% у 2012 р. Причому, починаючи з 2008 р. структура стабілізувалася та практично не змінювалася.

2. Відповідно зі зміною структури за кількістю змінилася структура студентів серед закладів вищої освіти. Частка студентів навчальних закладів III-IV рівнів акредитації збільшилася з 54% у 1990 р. до 84% у

2012 р. Таким чином, основною тенденцією перехідного періоду було збільшення попиту на послуги вищих навчальних закладів III-IV рівнів акредитації, які зайняли домінуюче положення на ринку.

3. Із 1990 по 2007 рр. ринок послуг вищої освіти зростає. Причому відбувалося зростання обсягу ринку при одночасному перерозподілу його структури. Із настанням кризових явищ в економіці України, починаючи з 2008 р., спостерігається поступове падіння кількості студентів, а, отже, обсягу ринку в натуральному вираженні. Стало бути, резерви екстенсивного розвитку ринку освітніх послуг практично вичерпано. За цих обставин відбувається зростання конкурентної боротьби між ВНЗ, тому необхідно шукати шляхи інтенсифікації діяльності закладів освіти, котрі лежать через пізнання закономірностей формування попиту послуг вищої освіти.

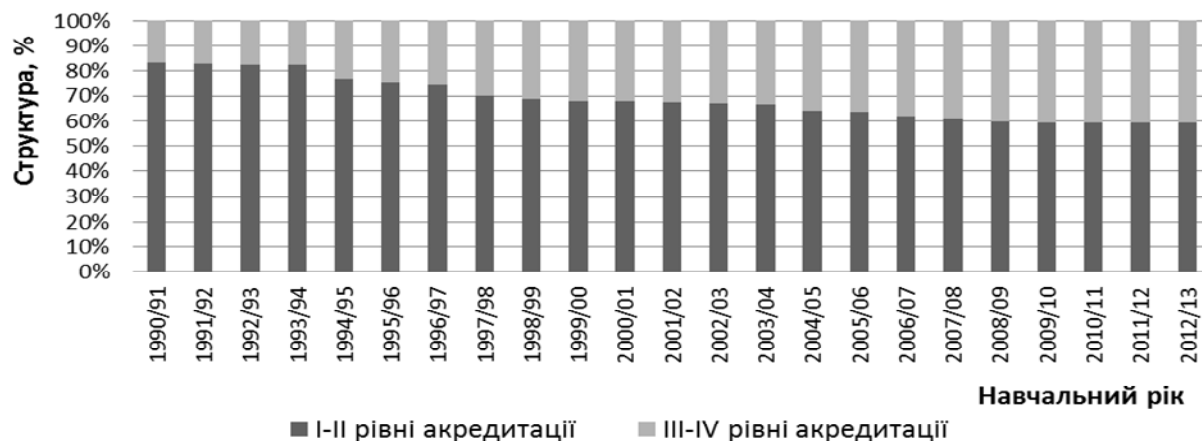


Рис. 1. Динаміка структури ВНЗ в Україні у 1990–2012 рр.

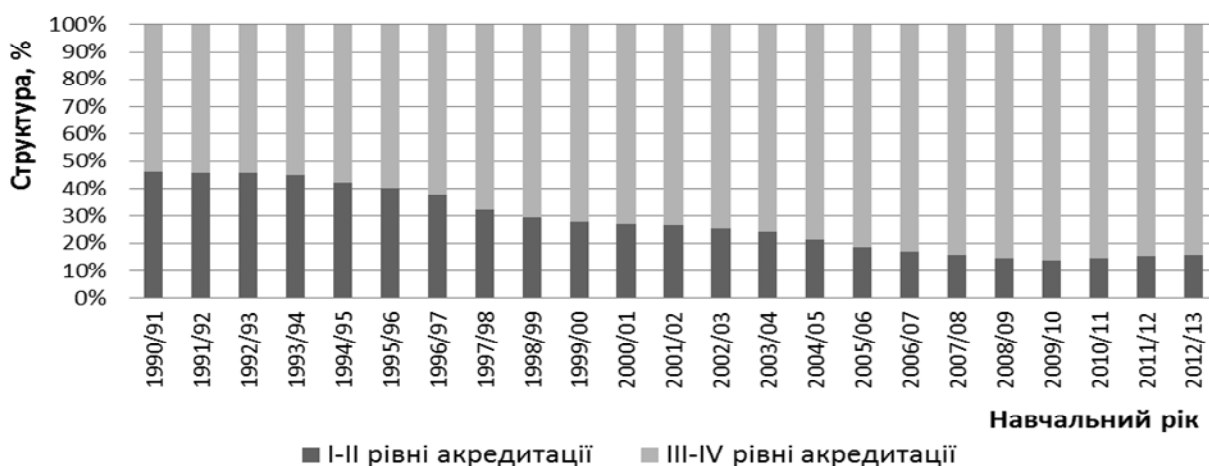


Рис. 2. Динаміка структури студентів в Україні у 1990–2012 рр. залежно від рівня акредитації ВНЗ

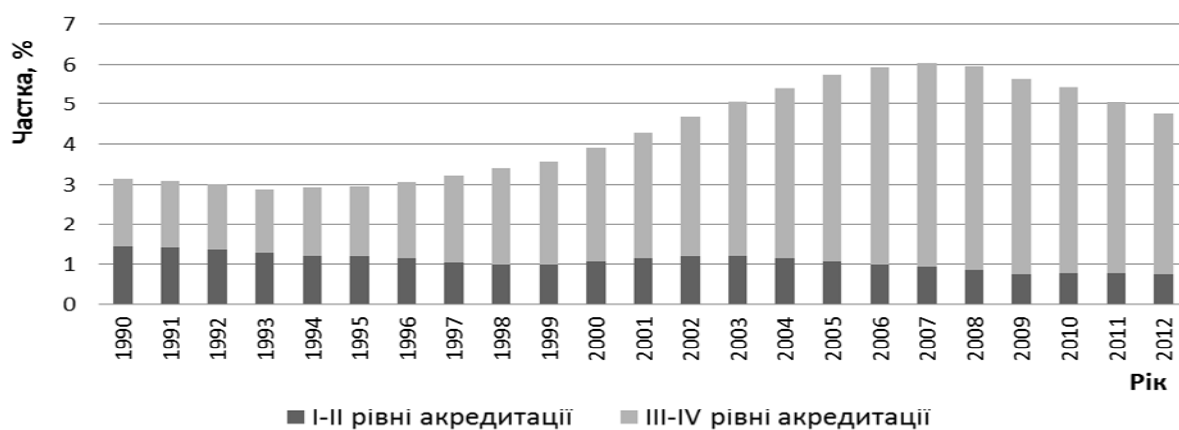


Рис. 3. Динаміка частки студентів ВНЗ у наявному населенні України

Підсумовуючи зазначене, слід констатувати, що ринок послуг вищої освіти перебуває у стадії спаду, а тому другою обставиною, що визначила необхідність управління асортиментною політикою ВНЗ, є падіння ринку послуг вищої освіти, яке призвело до подальшого загострення конкурентної боротьби між навчальними закладами, а, отже, потребує ширшого використання маркетингового інструментарію у процесі управління ВНЗ.

Сучасному етапу розвитку світової економіки властивий процес глобалізації, що інтенсивно посилюється. Становлення ринку в Україні докорінно змінило характер та динаміку економічних відносин між суб'єктами господарювання. Економічна інтеграція держав посилюється і знаходить віддзеркалення у зростаючих обсягах транскордонних потоків товарів, послуг, капіталів, робочої сили, а також у більш інтенсивній і масштабній дифузії передових технологій. Вітчизняні ринки стали відкритими для іноземних суб'єктів господарювання, що значною мірою підвищило рівень конкурентної боротьби. Очевидно, що даний процес впливає на діяльність національних систем вищої освіти. При цьому значним чином змінюються умови функціонування закладів освіти, які вимушені конкурувати не тільки всередині країни, а й із закордонними ВНЗ. Таким чином, третьою обставиною, яка потребує застосування управління асортиментною політикою ВНЗ, є інтенсивний розвиток глобалізаційних процесів, під впливом яких освіта також трансформується, набуває нового значення, змісту та форм організації, одночасно впливаючи на економічні процеси в Україні. Тому сьогодні зростає увага дослідників до проблем освіти, породжених надзвичайно швидким включенням її в ці процеси.

Важливість підвищення конкурентоспроможності вітчизняних ВНЗ шляхом уніфікації асортименту послуг з іноземними навчальними закладами викликана зростанням світового ринку освітніх послуг. За оцінками фахівців у даний час обсяг світового ринку освітніх послуг складає приблизно 4,451 трлн дол. США і має стійку тенденцію до зростання [19]. Лібералізація торгівлі освітніми послугами перетворює їх на важливу складову світової економіки. Сьогодні університети розглядаються як важливі суб'єкти конкурентоспроможності країн у цілому. Стратегії розвитку цього сектора стають базовими елементами національних політик економічного розвитку. Частка України у світовому ринку освітніх послуг поки більш ніж скромна. У 2012–2013 навч. р. прямий прибуток країни від експорту освітніх послуг (за рахунок навчання іноземних студентів) склав близько 4,3 млрд грн (приблизно 527 млн дол. США) [20]. У 2012–2013 навч. р. в ВНЗ України навчалася 61 тис. іноземних студентів [20]. Для порівняння у США – 723,3 тис. чоловік, а кількість іноземних студентів у всьому світі складає понад 3,7 млн [3], у цьому ж році експорт освітніх послуг США в інші країни світу склав понад 22 млрд дол. [22].

Освіта є найважливішим конструктом цивілізації, визначальним чинником соціально-економічного поступу суспільства. Кожна країна відповідно до свого історичного розвитку, національних традицій, умов, перспектив формує свою систему освіти. За роки незалежності в Україні в галузі освіти державою створено законодавче поле для функціонування всіх її рівнів: закони, що регулюють функціонування галузей освіти, нормативно-правові акти щодо забезпечення життєдіяльності навчальних закладів різних типів і форм власності, організації різних форм освіти. Діяльність ринку освітніх послуг регулюється Законами України «Про освіту», «Про дошкільну освіту», «Про шкільну освіту», «Про професійно-технічну освіту», «Про вищу освіту», «Про науково-технічну діяльність» і Постановами Кабінету Міністрів у сфері освітньої діяльності. Кожний із вказаних документів регламентує взаємовідносини держави з відповідним сегментом ринку, встановлює види діючих в ньому суб'єктів і основні правила їх поведінки на ринку, номенклатуру вироблених і реалізованих освітніх послуг.

Наведені законодавчі акти регламентують діяльність закладів освіти та відповідно створюють четверту обставину, яка визначає необхідність управління асортиментом – надмірне державне регулювання ринку освітніх послуг України. Причому державою регламентується також перелік напрямів підготовки та спеціальностей, за якими здійснюється навчання фахівців у вищих навчальних закладах. Діючий в Україні перелік напрямів підготовки та спеціальностей має радянське походження і в сучасному вигляді є результатом кількох модифікацій останнього десятиліття. Зокрема, у 1994, 1997, 2006 та 2010 рр. Кабінет Міністрів України затверджував чергові редакції цього переліку, а протягом усього періоду він поповнювався новими спеціальностями.

Перелік складається зі 156 напрямів підготовки фахівців, кожен із яких включає низку спеціальностей [23]. Слід відзначити надмірну подрібненість напрямів підготовки, особливо в галузі інженерії. Загальна кількість спеціальностей різних освітньо-кваліфікаційних рівнів за Переліком 2010 р. складає 526 [23; 25], що набагато перевищує аналогічні документи розвинених країн.

Підготовку фахівців за деякими напрямами здійснюють сотні вищих навчальних закладів (наприклад, «Економіка і підприємництво», «Менеджмент», «Право»), з окремих напрямів підготовка фахівців зосереджена в кількох, а часом і в одному окремому ВНЗ. Поділ на спеціальності часто доповнюється спеціалізаціями, які звужують предметну область майбутньої професійної діяльності фахівця. Частина спеціалізацій зумовлена об'єктивними потребами розвитку відповідної галузі знань, а значна частина – суб'єктивними інтересами окремих ВНЗ. Така ситуація створює низку проблем для ринку послуг вищої освіти

1. Через велику кількість спеціальностей споживачам послуг усе складніше визначити відмінність

між ними та зробити правильний вибір. Крім того, сформувався значний дисбаланс у бік спеціальностей із соціальних наук і права, що призвело до значного перевищення кількості молодих спеціалістів над потребами економіки у фахівців цих галузей.

2. Регламентований асортимент послуг ВНЗ є відносно статичним та не встигає до зміни попиту на професії на ринку праці, що, в свою чергу, призводить до відсутності низки спеціальностей, затребуваних ринком. Така ситуація обумовлює збільшення розриву зв'язків між освітянами і роботодавцями, між сферою освіти і ринком праці.

3. Надмірне державне регулювання ринку освіти призвело до низької самостійності (автономності) ВНЗ України, які не беруть на себе роль методологічних центрів, новаторів, піонерів суспільних перетворень, за якими має йти країна. Рівень автономії ВНЗ у цих питаннях значно нижчий від середньоєвропейського. Не виконують роль методологічних керівників заклади освіти, що мають статус національних, у той час, коли їхня кількість досягла близько 40% загальної кількості ВНЗ III-IV рівнів акредитації.

4. Перелік напрямів підготовки та спеціальностей залишається не гармонізованим відповідно до вимог Болонської декларації, що ускладнює визнання дипломів і кваліфікацій іншими державами та перешкоджає мобільності студентів.

5. Недостатньо визнаний у суспільстві кваліфікаційний рівень «бакалавр», що підтверджується його незатребуваністю вітчизняною економікою. Як правило, прийом до ВНЗ здійснюється не на бакалаврат, а на спеціальність. Також не виправдану є плутанина у розумінні кваліфікаційних рівнів спеціаліста і магістра. З одного боку, має місце близькість програм підготовки, їхня еквівалентність за освітньо-кваліфікаційним статусом, з іншого – вони акредитуються за різними рівнями, відповідно за III і IV.

6. Незважаючи на наявність більшості стандартів якості вищої освіти (освітньо-кваліфікаційних характеристик та освітньо-професійних програм), ВНЗ не спроможні забезпечити однакову якість послуг вищої освіти при підготовці студентів, навіть попри відповідність усім формальним вимогам акредитації та ліцензування. Це є особливістю ринку освітніх послуг у цілому. Причому тенденція до погіршення якості вищої освіти набула загрозливих масштабів у масовому вимірі. У свою чергу, також варто відзначити, що у більшості випадків ВНЗ вимушені змінювати навчальні програми відповідно до потреб ринку праці, нехтуючи при цьому галузевими стандартами, що швидко застарівають або не відповідають потребам роботодавців.

**Висновки і перспективи подальших досліджень.** Проведене дослідження дозволило прийти до наступних висновків. По-перше, управління вищою школою потребує модернізації з урахуванням реалій ринкового середовища, але зі збереженням національної автентичності та особливості. У свою чергу, визнання ринкових відносин неодмінно спричиняє використання як ринкової філософії господарювання, так і відповідних методів управління суб'єктами системи вищої освіти. По-друге, сьогодні філософією господарювання, яка дозволить модернізувати освітню галузь, є маркетингова концепція; методами управління є маркетинговий інструментарій, що дозволить розв'язати нагальні проблеми галузі, що склалися, з одного боку, та підвищить ефективність і якість навчання з іншого. По-третє, використання товарної асортиментної політики, як інструмента маркетингу, обумовлене низкою обставин, що склалися на даний час на ринку вищої освіти України: перехід від адміністративно-командної до ринкової економіки, що зумовило формування ринку освітніх послуг; розвиток ринку послуг вищої освіти у 1990–2013 рр. та спад попиту на освітні послуги через скорочення кількості абітурієнтів призвели до загострення конкурентної боротьби між навчальними закладами на внутрішньому ринку; інтенсивний розвиток глобалізаційних процесів, що посилює конкуренцію із зовнішніми закладами освіти; надмірне державне регулювання ринку освітніх послуг України.

У подальших дослідженнях необхідно визначити специфіку послуг вищої освіти, визначити поняття асортиментна політика ВНЗ та проаналізувати наукові підходи до класифікації послуг ВНЗ.

## Література

1. Кратт О.А. Реформа менеджменту вищої школи: передумови, специфіка, парадигми / О.А. Кратт // Наукові праці Донецького національного технічного університету. Серія: економічна. – Донецьк, 2011. – Вип. 39–1. – С. 200–205.
2. Deem R. Knowledge, higher education, and the new managerialism: the changing management of UK universities / R. Deem, S. Hillyard, M. Reed. – Oxford: Oxford University Press, 2007. – 245 p.
3. Ортега-и-Гассет Х. Миссия университета (фрагменты) / Х. Ортега-и-Гассет // Альма Матер (Вестник высшей школы). – 2007. – №8. – С. 35–40.
4. Pechar H. Academic Middle Managers Under the New Governance Regime at Austrian Universities / H. Pechar. // The Changing Dynamics of Higher Education Middle Management / [editors V. Lynn Meek, L. Goedegebuure, R. Santiago, T. Carvalho]. – New York: Springer, 2010. – P. 15–30.
5. Shattock M. Managing successful universities / M. Shattock. – Berkshire: Society for Research into Higher Education & Open University Press, 2003. – 201 p.

6. Филиппов В.М. Управление в высшей школе: опыт, тенденции, перспективы: аналитич. доклад / [В.М. Филиппов, Б.Л. Агранович, Д.Г. Арсенев и др.]. – М. : Логос, 2006. – 488 с.
7. Резник С.Д. Управление факультетом : учеб./ Под ред. С.Д. Резника . – М. : Инфра-М, 2008. – 694 с.
8. Боголіб Т.М. Принципи управління вузом / Т.М. Боголіб. – Переяслав-Хмельницький : ДВНЗ «Переяслав-Хмельницький ДПУ ім. Григорія Сковороди», 2004. – 204 с.
9. Опрятний С. Особливості управлінського процесу у сфері вищої освіти/С. Опрятний // Вісник Національної академії державного управління при Президентіві України. – 2004. – № 3. – С. 447–453.
10. Поліщук О. Стратегічне завдання системи управління вищою освітою України / О. Поліщук // Персонал. – 2006. – № 8. – С. 66–71.
11. Оболенська Т.Є. Маркетинг освітніх послуг: вітчизняний і зарубіжний досвід / Т.Є. Оболенська. – К. : Вид-во КНЕУ, 2001. – 208 с.
12. Петруня Ю.Є. Маркетинг на ринку освітніх послуг / Ю.Є. Петруня // Маркетинг в Україні. – 2004. – №1. – С. 52–55.
13. Панкрухин А.П. Маркетинг образовательных услуг в высшем и дополнительном образовании : учеб. пособ. / А.П. Панкрухин. – М. : Интерпракс, 1995. – 378 с.
14. Сагинова О.В. Маркетинг образовательных услуг / О.В. Сагинова // Маркетинг в России и за рубежом. – 1999. – № 1 (9). – С. 48–59.
15. Маркетинг в сферах и отраслях деятельности / Под ред. В.А. Алексунина. – М. : Издательско-книготорговый цент «Маркетинг», 2001. – 516 с.
16. Экономика образования / Щетинин В.П., Хроменков Н.А., Рябушкин Б.С. – М. : Российское педагогическое агентство, 1998. – 306 с.
17. Державна служба статистики України. Вищі навчальні заклади [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [http://ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2005/osv\\_rik/osv\\_u/vuz\\_u.html](http://ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2005/osv_rik/osv_u/vuz_u.html).
18. Державна служба статистики України. Населення [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [http://ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2007/ds/nas\\_rik/nas\\_u/nas\\_rik\\_u.html](http://ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2007/ds/nas_rik/nas_u/nas_rik_u.html).
19. Education Sector Factbook 2012 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://gsvadvisors.com/wordpress/wp-content/uploads/2012/04/GSV-EDU-Factbook-Apr-13-2012.pdf>.
20. Іноземні студенти додали Україні понад 4 мільярди гривень [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://pedpresa.com.ua/blog/inozemni-studenty-prynesly-ukrajini-ponad-4-milyardy-hryven.html> (24.05.2013).
21. Education as a Top Service Export Режим доступу : Режим доступу: <http://blog.trade.gov/2012/09/04/education-as-a-top-service-export/> (September 4, 2012).
22. Education Team Newsletter – Spring 2013 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://export.gov/static/NAFSA%202013%20Newsletter\\_Latest\\_eg\\_main\\_063118.pdf](http://export.gov/static/NAFSA%202013%20Newsletter_Latest_eg_main_063118.pdf)
23. Про перелік напрямів, за якими здійснюється підготовка фахівців у вищих навчальних закладах за освітньо-кваліфікаційним рівнем бакалавра : Постанова Кабінету Міністрів України від 13 грудня 2006 р. № 1719 // Офіційний вісник України від 25.12.2006 — 2006 р., № 50, стор. 160, стаття 3333, код акту 38153/2006.
24. Про введення в дію переліку спеціальностей, за якими здійснюється підготовка фахівців у вищих навчальних закладах за освітньо-кваліфікаційними рівнями спеціаліста і магістра, затвердженого постановою Кабінету Міністрів України від 27 серпня 2010 р. № 787 : Наказ Міністерства освіти і науки України. – Київ. - 09.11.2010 р. - № 1067.
25. Про затвердження переліку спеціальностей, за якими здійснюється підготовка фахівців у вищих навчальних закладах за освітньо-кваліфікаційними рівнями спеціаліста і магістра : Постанова Кабінету Міністрів України від 27 серпня 2010 р. № 787 // Офіційний вісник України від 13.09.2010 — 2010 р., № 67, стор. 26, стаття 2406, код акту 52638/2010.

## References

1. Kratt O.A. Reforma menedzhmentu vyshchoi shkoly: peredumovy, spetsyfika, paradyhmy / O.A. Kratt // Naukovi pratsi Donetskoho natsionalnoho tekhnichnoho universytetu. Seriya: ekonomichna. – Donetsk, 2011. – Vol. 39-1. – pp.200-205.
2. Deem R. Knowledge, higher education, and the new managerialism: the changing management of UK universities / R. Deem, S. Hillyard, M. Reed. – Oxford: Oxford University Press, 2007. – 245 p.
3. Ortega-i-Gasset Kh. Missiia universiteta (fragmenty) / Kh. Ortega-i-Gasset // Alma Mater (Vestnik vysshei shkoly).– 2007.– Vol.8. – pp.35-40.
4. Pechar H. Academic Middle Managers Under the New Governance Regime at Austrian Universities / H. Pechar. // The Changing Dynamics of Higher Education Middle Management / [editors V. Lynn Meek, L. Goedegebuure, R. Santiago, T. Carvalho]. – New York: Springer, 2010. – pp.15-30.
5. Shattock M. Managing successful universities / M. Shattock . – Berkshire: Society for Research into Higher Education & Open University Press, 2003. – 201 p.
6. Filippov V.M. Upravlenie v vysshei shkole: opyt, tendentcii, perspektivy: analitich. doklad / [V.M. Filippov, B.L. Agranovich, D.G. Arsenev i dr.]. – М.: Logos, 2006. – 488 p.
7. Reznik S.D. Upravlenye fakultetom : Ucheb./ Pod red. S.D. Reznika . – М. : Ynfra-M, 2008. – 694 p.
8. Boholib T.M. Pryntsyup upravlinnia vuzom / T.M. Boholib. – Pereiaslav-Khmelnitskyi : DVNZ «Pereiaslav-Khmelnitskyi DPU

im. Hryhoriia Skovorody», 2004. – 204 p.

9. Opriatnyi S. Osoblyvosti upravlinskoho protsesu u sferi vyshchoi osvity/S. Opriatnyi // Visnyk Natsionalnoi akademii derzhavnoho upravlinnia pry Prezidentovi Ukrainy. – 2004. – Vol.3. – pp.447-453.

10. Polishchuk O. Stratehichne zavdannia systemy upravlinnia vishchoiu osvitoiu Ukrainy / O. Polishchuk // Personal. – 2006. – Vol.8. – pp.66-71.

11. Obolenska T.Ye. Marketynh osvitnikh posluh: vitchyzniani i zarubizhnyi dosvid / T.Ye. Obolenska. – K.: Vyd-vo KNEU, 2001. – 208 p.

12. Petrunia Yu.Ye. Marketynh na rynku osvitnikh posluh / Yu.Ye. Petrunia // Marketynh v Ukraini. – 2004. – Vol.1. – pp.52-55.

13. Pankrukhin A.P. Marketing obrazovatelnykh uslug v vysshem i dopolnitelnom obrazovanii: Ucheb. posob. / A.P. Pankrukhin– M.: Interpraks, 1995. – 378 p.

14. Saginova O.V. Marketing obrazovatelnykh uslug / O.V. Saginova // Marketing v Rossii i za rubezhom. — 1999. — № 1(9). — pp. 48–59.

15. Marketing v sferakh i otrasliakh deiatelnosti / Pod red. V.A. Aleksunina. – M.: Izdatel'sko-knigotorgovyi tcent «Marketing», 2001. – 516 p.

16. Ekonomika obrazovaniia / Shchetinin V.P., Khromenkov N.A., Riabushkin B.S. – M.: Rossiiskoe pedagogicheskoe agentstvo, 1998. – 306 s. Derzhavna sluzhba statystyky Ukrainy. Vyshchi navchalni zaklady. – Nazva z ekranu// Rezhym dostupu: [http://ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2005/osv\\_rik/osv\\_u/vuz\\_u.html](http://ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2005/osv_rik/osv_u/vuz_u.html).

17. Derzhavna sluzhba statystyky Ukrainy. Naselennia. – Nazva z ekranu// Rezhym dostupu: [http://ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2007/ds/nas\\_rik/nas\\_u/nas\\_rik\\_u.html](http://ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2007/ds/nas_rik/nas_u/nas_rik_u.html).

18. Education Sector Factbook 2012. – Назва з екрану // Режим доступу: <http://gsvadvisors.com/wordpress/wp-content/uploads/2012/04/GSV-EDU-Factbook-Apr-13-2012.pdf>.

19. Inozemni studenty dodaly Ukraini ponad 4 miliardy hryven. – Назва з екрану // Rezhym dostupu: <http://pedpresa.com.ua/blog/inozemni-studenty-prynesly-ukrajini-ponad-4-milyardy-hryven.html> (24.05.2013).

20. Education as a Top Service Export. – Назва з екрану// Режим доступу: <http://blog.trade.gov/2012/09/04/education-as-a-top-service-export/> (September 4, 2012).

21. Education Team Newsletter – Spring 2013. – Назва з екрану // Режим доступу: [http://export.gov/static/NAFSA%202013%20Newsletter\\_Latest\\_eg\\_main\\_063118.pdf](http://export.gov/static/NAFSA%202013%20Newsletter_Latest_eg_main_063118.pdf)

22. Pro perelik napriamiv, za yakymy zdiisnuetsia pidhotovka fakhivtsiv u vyshchykh navchalnykh zakladakh za osvitno-kvalifikatsiinym rivnem bakalavra /Postanova Kabinetu Ministriv Ukrainy vid 13 hrudnia 2006 r. # 1719 // Ofitsiinyi visnyk Ukrainy vid 25.12.2006 — 2006 r., # 50, stor. 160, stattia 3333, kod aktu 38153/2006.

23. Pro vvedennia v diu pereliku spetsialnostei, za yakymy zdiisnuetsia pidhotovka fakhivtsiv u vyshchykh navchalnykh zakladakh za osvitno-kvalifikatsiinymy rivniamy spetsialista i mahistra, zatverdzhenooho postanovoiu Kabinetu Ministriv Ukrainy vid 27 serpnia 2010 r. # 787. /Nakaz Ministerstva osvity i nauky Ukrainy. – Kyiv. - 09.11.2010 r. - # 1067.

24. Pro zatverdzhennia pereliku spetsialnostei, za yakymy zdiisnuetsia pidhotovka fakhivtsiv u vyshchykh navchalnykh zakladakh za osvitno-kvalifikatsiinymy rivniamy spetsialista i mahistra /Postanova Kabinetu Ministriv Ukrainy vid 27 serpnia 2010 r. # 787 // Ofitsiinyi visnyk Ukrainy vid 13.09.2010 — 2010 r., # 67, stor. 26, stattia 2406, kod aktu 52638/2010.

Надійшла 20.09.2013; статтю представляє к. е. н. Письменний О. А.

## МІЖНАРОДНИЙ ТУРИСТИЧНИЙ БРЕНД КРАЇНИ: ПІДХОДИ ДО ФОРМУВАННЯ ТА ПРОСУВАННЯ В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ

*На сучасному етапі розвитку світового ринку туристичних послуг боротьба за майбутніх споживачів ведеться на основі впливу на їх свідомість, і тому основою для досягнення успіху в цій галузі у все більшому ступені стає міжнародний туристичний бренд країни. Мета – розробка підходів до формування та просування міжнародного туристичного бренду країни в умовах глобалізації. Методи: системного і порівняльного аналізу, метод групування. Проаналізовано структуру поняття "міжнародний туристичний бренд країни", охарактеризовано його значення для ефективної туристичної діяльності в умовах глобалізації, актуалізовано важливість позиціонування як основи ефективного розвитку міжнародного туристичного бренду країни на світовому ринку туристичних послуг, сформовано авторський підхід до формування та просування міжнародного туристичного бренду країни в умовах глобалізації. Висновки: Міжнародний туристичний бренд країни представляє стійку сукупність характеристик і властивостей всього різноманіття туристичних послуг, що надаються на її території, відображає усталені позитивні уявлення реальних або потенційних споживачів туристичних послуг про неї.*

*Ключові слова: бренд, глобалізація, світовий туризм, позиціонування, туристичний бренд, міжнародний туристичний бренд, туристичний брендинг.*

К. V. KUCHERENKO

Taras Shevchenko Kyiv National University

## INTERNATIONAL TOURIST BRAND OF COUNTRY: GOING NEAR FORMING AND ADVANCEMENT IN THE CONDITIONS OF GLOBALIZATION

*Background. On the modern stage of world market of tourist services development a fight for future consumers is conducted on the basis of influence on their consciousness, and that is why by basis for the achievement of success in this industry the international tourist brand of country becomes in an all greater degree. Aims and Objectives: Development of going near forming and advancement of international tourist brand of country in the conditions of globalization. Methods: analysis of the systems and comparative, method of group. Results: the structure of concept "International tourist brand of country" is analysed, his value is described for effective tourist activity in the conditions of globalization, importance of positioning as bases of effective development of international tourist brand of country in the world market of tourist services, the authorial going is formed near forming and advancement of international tourist brand of country in the conditions of globalization. Conclusions: The International tourist brand of country presents the proof aggregate of descriptions and properties of all variety of tourist services that is given on her territory, represents withstand positive ideas of the real or potential consumers of tourist services about her.*

*Keywords: brand, globalization, world tourism, positioning, tourist brand, international tourist brand, tourist branding.*

**Постановка проблеми.** Русійною силою процесів розвитку міжнародного туризму є економічна глобалізація, що є один із найбільш важливих мегатрендів, які визначають траєкторії сучасного світогосподарського розвитку. Під економічною глобалізацією розуміється істотне збільшення масштабів міжнародного обміну капіталами, товарами, послугами, технологіями, інформацією, людьми, просторова й інституціональна інтеграція світових ринків. Деякі дослідники вважають, що навіть з'явилася економіка нового типу – глобальна, відмінна риса якої полягає в тому, що всі основні види економічної діяльності – виробництво й споживання товарів і послуг, управління, поширення інформації й технологій, функціонування ринків – здійснюються в планетарному масштабі [4, с. 49].

В умовах масштабного розгортання глобалізаційних процесів і залучення в них більшості країн світу, відбувається трансформація як світової, так і національних туристичних систем. На сучасному етапі розвитку світового ринку туристичних послуг боротьба за майбутніх споживачів ведеться на основі впливу на їх свідомість, і тому основою для досягнення успіху в цій галузі у все більшому ступені стає міжнародний туристичний бренд країни. В той же час, на даний момент, потребує подальшої наукової розробки проблематика обґрунтування значення міжнародного туристичного бренду як основи ефективної туристичної діяльності в умовах глобалізації. Вказані аспекти, поряд з необхідністю розробки науково-практичного інструментарію формування та просування міжнародного туристичного бренду країни в умовах глобалізації, визначають актуальність теми та мету даної статті.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Питанням ефективної діяльності на світовому туристичному ринку присвячені роботи вітчизняних та зарубіжних науковців, зокрема: А. Азара, Л. Геншафт, П. Гудзя, М. Жукова, Е. Кадта, Л. Левковської, І. Манта, Дж. Уолла. Акцент на особливостях функціонування світового туристичного ринку в умовах глобалізаційних відзначається у роботах Ф. Ашера, В. Кифяка, К. Каца, А. Моррісона, Дж. Уокера, Г. Харріса, О. Васильєвої. Так, на думку О. Васильєвої, перехід міжнародного туризму до глобального етапу свого розвитку був викликаний специфікою ринкової кон'юнктури конкретного історичного етапу, прагненням великих туристичних компаній до мінімізації собівартості туристичного пакета й підвищенню гарантій надання туристичних послуг належної якості; а також ростом інвестиційної привабливості туристичного бізнесу внаслідок масового характеру

міжнародного туризму й зростання ефекту масштабу [3, с. 11].

Для цілей даної статті важливим є дослідження теоретико-методологічних засад брендингу, які представлені в роботах Д. Аакера, Т. Амблера, К. Веркмана, Є. Головлевої, В. Домніна, Я. Елвуда, П. Темпорала, Г. Чамерсон. Розробкою засад формування міжнародного бренду країни займалися англійські фахівці У. Оллінс і С. Анхольт та італійський дослідник Дж. Ді Вісенте.

Відаючи належне науковому доробку названих авторів, слід відзначити, що питання наукової розробки проблематики обґрунтування значення міжнародного туристичного бренду як основи ефективної туристичної діяльності в умовах глобалізації, формування та просування міжнародного туристичного бренду країни в умовах глобалізації, не набули системного характеру та потребують подальшого розкриття. Саме це спонукає до проведення в даній статті додаткових досліджень з даної проблематики.

Метою даної статті є розробка підходів до формування та просування міжнародного туристичного бренду країни в умовах глобалізації.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** Міжнародний туризм, заснований на інтегрованому використанні потенціалу територій й факторів виробництва різних галузей, створює на основі сполучення товарів, послуг і вражень, певний туристичний продукт; володіючи мультиплікативним ефектом, він виступає сьогодні як фактор нарощування національного багатства й поліпшення життя населення, як один із самих високоефективних секторів сучасної світової економіки, що забезпечує великі прибутки й зайнятість робочої сили. Все це обумовлює той факт, що на сучасному етапі світовий ринок міжнародного туризму являє собою арену жорсткої конкурентної боротьби, що розгорнулася між різними державами, для багатьох з яких туризм – важлива стаття національного доходу.

Будь-яка країна, що виходить на туристичний ринок, вступає у складну систему конкурентних відносин з іншими територіями, регіонами, державами. Від того, наскільки правильно побудована й ефективно реалізована державна маркетингова політика у сфері туризму, залежить роль і місце кожної держави на міжнародному туристичному ринку. Слід також відзначити, що сьогодні конкурентна боротьба на глобальних ринках все більше переміщується до розуму споживачів – саме тут, «...у мозку кожної окремої людини щомиті відбувається постійна боротьба корпорацій, торговельних марок, брендів за місце в нашій свідомості» [7, с.26]. Таким чином, у широкому сенсі, світовий туристичний простір початку XXI століття – це зіткнення конкурентоспроможних брендів країн за вибір туристами місць проведення подорожей та відпочинку.

Узагальнюючи та синтезуючи підходи до визначення поняття «міжнародний туристичний бренд країни» автор даної статті структуру даного поняття пропонує представити у наступному вигляді (рис. 1).

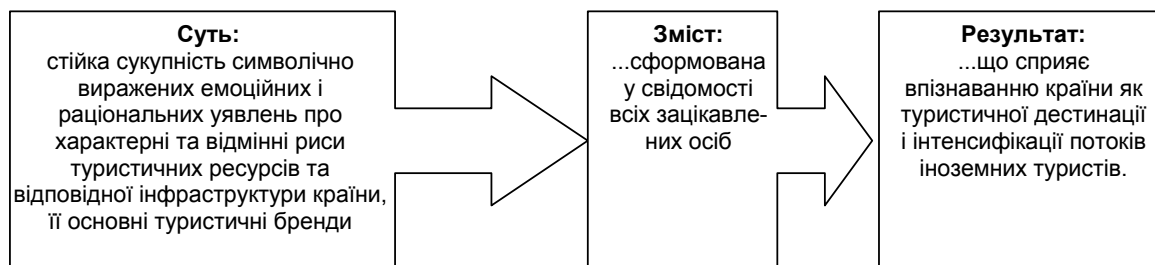


Рис. 1. Структура поняття «міжнародний туристичний бренд країни»

Розглянувши понятійно-категорійну сутність міжнародного туристичного бренду країни, зробимо спробу проаналізувати специфічні особливості його сприйняття, як форми пізнання дійсності, специфічної пізнавальної діяльності, що складається в співвіднесенні одна з одною почуттєвих якостей предмета, що виникають у свідомості [6, с. 142], акцентуючи увагу на визначенні рівнів суб'єктів цього процесу. Іншими словами, успішність формування й розвитку міжнародного туристичного бренду країни в значній мірі залежить від погодженості візуального, поведінкового й словесного відбиття унікальності даної країни, її важливості для всіх суб'єктів сприйняття бренду.

Як слушно висловився в цьому сенсі голландський спеціаліст з брендингу С. Ван Гелдер (Sikko van Gelder): «...конструюючи бренд території, необхідно приймати до уваги той факт, що набір брендівих конструктив, розміщених у повідомленні, адресованому загальній аудиторії, і канали, по яким це повідомлення досягає її, неоднакові для різних «груп інтересів», а повинні враховувати специфіку, інтереси й цільові настанови кожної групи» [2, с. 39].

Провідний американський фахівець у сфері туристичного брендингу Греєм Ханкінсон (Graham Hankinson) досить образно зауважує, що цільовими аудиторіями, на які в першу чергу спрямований міжнародний туристичний бренд країни, є [11, р. 249]: інвестори – шукачі нових можливостей; підприємці в туризмі – шукачі більших прибутків; самі туристи – шукачі яскравих вражень. Таким чином, відзначає дослідник, одним з основних правил створення ефективного міжнародного туристичного бренду країни є позиціонування як побудова певного її образу й спрямування його сприйняття в необхідне русло за



допомогою зрозумілих і сприятливих (з погляду цільових аудиторій) повідомлень. Метою позиціонування стає наближення до позитивних очікувань й дистанціювання від негативних, інакше кажучи, формування необхідного ракурсу сприйняття національного туристичного бренду всіма зацікавленими суб'єктами [11, р. 250].

В цьому ж сенсі висловлюється російський дослідник Е. Галумов, який вважає, що «...враховувати очікування тих, на кого імідж спрямований... – це найголовніша умова ефективного його формування». Вчений виділяє позитивні й негативні, внутрішні й зовнішні очікування, міжнародні й національні очікування, виокремлює очевидних й неочевидних суб'єктів сприйняття [4, с. 377–379].

Екстраполюючи точки зору зарубіжних та вітчизняних науковців на предмет нашого дослідження, можна зазначити, що існують різні рівні сприйняття міжнародного туристичного бренду країни. Оскільки суб'єкти, їх політичні та економічні інтереси на зазначених рівнях будуть різні, сприйняття бренду на цих рівнях також буде відрізнятися, а отже і позиціонування національного туристичного бренду повинно бути різним, залежно від кожного рівня [9, с. 63]. Саме тому важливим є їх визначення та аналіз, що дозволить визначити співвідношення між факторами, які впливають на формування міжнародного туристичного бренду країни на кожному рівні, та обрати ефективну стратегію позиціонування для суб'єктів його сприйняття на цих рівнях.

Синтезуючи існуючі наукові розробки, зазначимо, що на наш погляд, рівні суб'єктів сприйняття міжнародного туристичного бренду країни доцільно об'єднати (досить умовно) у 3 групи, а саме:

- споживчу (існуючі й майбутні туристи);
- економічну (потенційні інвестори: представники фінансового та банківського сектору, промисловості та страхового бізнесу; підприємницькі структури туристичної галузі: туроператори, турагенти, рекламно-інформаційні туристські установи, що оперують на міжнародному туристичному ринку);
- політичну (туристичні адміністрації іноземних держав (або інші відповідні установи), відповідальні за реалізацію міжнародних туристичних зв'язків; міжнародні туристичні організації).

Для більшості країн світу туристичний бренд природним шляхом не створюється, він є «...наслідком свідомого й у великому ступені керованого осмислення, продуктом штучно організованої суспільної рефлексії й проектування» [1, с. 77]. Австралійський дослідник Дуглас Фербенкс зауважує, що штучність туристичного брендингу країни передбачає управління процесами його створення і просування, наявність визначеного замовника, кваліфікованої групи розробників та маркетологів, відповідних фінансових ресурсів, чітко сформульоване технічне завдання, затверджену програму формування й розвитку бренду, моніторинг ефективності, визначення механізму його підтримки, розвитку та коректування [12, с. 179].

До суб'єктів формування та просування національного туристичного бренду, на думку авторів, можна віднести [10, с. 90–91]: органи державної влади, засоби масової інформації, громадські організації, бізнес-структури та їхні об'єднання, спортивні, культурні, наукові й освітні установи, окремих індивідів, відомих жителів даної країни. Маючи чітке уявлення про те, які бізнес-завдання повинен вирішувати туристичний бренд країни і які емоції й думки він повинен викликати у цільовій аудиторії, можна сформулювати й систематизувати це у вигляді бренд-платформи. При цьому необхідно пам'ятати, що бренд-платформа залежить від двох факторів – цільової аудиторії і самої країни.

Підбиваючи підсумок вищеописаному, слід зазначити, що діяльність по створенню туристичного бренду країни повинна бути заснована на комплексному підході, що дозволяє використовувати брендинг як стратегічний інструмент розвитку міжнародного туризму. При цьому особлива увага повинна приділятися питанням, пов'язаним з розробкою бренд-платформи як фундаментального процесу, що стосується просування й реклами бренду. Правильно розроблена платформа бренду, а також чітке позиціонування країни дозволяє національній туристичній адміністрації й представникам туристичного бізнесу найбільш ефективно взаємодіяти з різними цільовими групами: інвесторами, підприємствами туристичної галузі, реальними й потенційними туристами.

В графічному вигляді процес створення та розвитку міжнародного туристичного бренду країни представлено на рис. 2 (розроблено автором). Запропонований алгоритм враховує особливості розвитку міжнародного туризму в сучасних умовах, а його універсальність дозволяє застосовувати дану послідовність дій для формування конкурентоспроможного туристичного бренду країни.

Подальше поглиблення глобалізації міжнародного туризму призведе до перерозподілу переважаючих у цей час внутрішньо-регіональних туристичних потоків на користь туристичних обмінів між країнами-суб'єктами й країнами-об'єктами завдяки діям туристичних ТНК і зовнішній політиці урядів країн, що розвиваються, зацікавлених у розвитку в'їзного туризму, орієнтованої на скорочення туристських формальностей, полегшення національних візових, прикордонних і митних режимів, зняття можливих обмежень на здійснення інвестицій у туристичну індустрію, організацію регулярних і чартерних перевезень і т.д.

Нарешті, глобалізація світового туризму суттєво змінить такі складові туристичного бізнесу, як ціноутворення туристичного продукту, його маркетинговий комплекс, особливо у сфері просування,

систему державного управління міжнародним туризмом, взаємини між гравцями туристичних ринків. Країнам, що ввікнулися в глобальний туристичний бізнес, або бажають цього, необхідно адекватно реагувати на глобалізаційні процеси, адаптуватися до нових умов і вміти скористатися шансами, що надаються інтернаціоналізацією світової економіки.

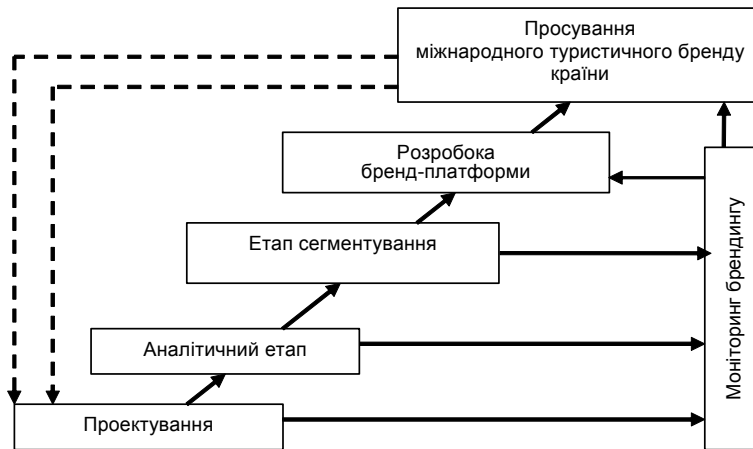


Рис. 2. Процес формування та просування національного туристичного бренду

**Висновки і перспективи подальших досліджень.** Міжнародний туристичний бренд країни символізує стійку стабільність характеристик і властивостей всього різноманіття туристичних послуг, що надаються на її території, відображає усталені позитивні уявлення реальних або потенційних споживачів туристичних послуг про неї.

Формування і просування ефективного туристичного бренду країни відображається на збільшенні числа споживачів туристичних послуг, надаваних на її території, підвищенні її пізнаваності й привабливості, поліпшенні іміджу, що впливає на ріст соціально-економічних ефектів від використання країни як туристичної дестинації та її подальшого розвитку. Таким чином, базуючись на туристичних ресурсах країни й можливостях їхнього використання, брендинг у результаті своєї реалізації, формує особливий специфічний ресурс (міжнародний туристичний бренд країни), здатний підвищити туристичний потенціал країни за рахунок залучення потенційних туристів та додаткових інвестиційних ресурсів у розвиток галузі.

В статті актуалізовано значення туристичного бренду країни для ефективної туристичної діяльності в умовах глобалізації, актуалізовано важливість позиціонування як основи ефективного розвитку міжнародного туристичного бренду країни на світовому ринку туристичних послуг, представлено алгоритм розробки й реалізації заходів з формування міжнародного туристичного бренду країни та схему процесу формування та просування національного туристичного бренду.

## Література

1. Бренд и брендинг в туризме: поиски и решения. Сборник материалов IV Международной научно-практической конференции, 7–8 апреля 2012 г. – Ростов-на-Дону : Изд-во РГУ, 2012. – 188 с.
2. Ван Гелдер С. Как улучшить успешность разработки и реализации стратегии бренда территории / Сикко Ван Гелдер // Бренд-менеджмент. – 2009. – № 02 (45). – С. 66–71.
3. Васильева Е. А. Адаптация национальной туристской политики к условиям глобализации / Е. Васильева. – СПб. : Изд-во СПбГУЭФ, 2010. – 25 с.
4. Галумов Э. А. Имидж против имиджа / Э. А. Галумов – М. : Известия, 2005. – 552 с.
5. Гордеев В.В. Мировая экономика и проблемы глобализации / В.В. Гордеев. – М. : Высшая школа, 2008. – 408 с.
6. Джуэлл Л. Индустриально-организационная психология / Джуэлл Л. – СПб. : Питер, 2001. – 715 с.
7. Домнин В.Н. Брендинг: новые технологии в России / Домнин В.Н. – СПб. : Питер, 2002. – 272 с.
8. Селюков М. В. К вопросу о теории и практике разработки бренд-платформы на уровне региона [Электронный ресурс] / М. В. Селюков, Н. П. Шальгина, Е. В. Курач. – Режим доступа : [www.science-education.ru/pdf/2012/3/36.pdf](http://www.science-education.ru/pdf/2012/3/36.pdf)
9. Старостіна А. Міжнародний імідж країни: сутність, фактори формування, рівні сприйняття / А. Старостіна, В. Кравченко, Г. Личова // Маркетинг в Україні. — 2010. — № 4. — С. 61–66.
10. Destination branding : creating the unique destination proposition / edited by Nigel Morgan, Annette Pritchard, and Roger Pride. - Oxford : Butterworth-Heinemann, 2002. – p.90-91.
11. Hankinson G. The management of destination brands: Five guiding principles based on recent developments in corporate branding theory / Hankinson G.// Journal of Brand Management – 2007. – № 14. – P. 249.

12. Tourism and hospitality industry : challenges and innovations [Text]/ [editors], Lalit K. Bansal & Prasant Gautam. – Delhi : Neha Publishers & Distributers, 2011. – p. 179.

#### References

1. Brend y brendynh v turyzme: poysky y reshenyya //Sbornyk materialov IV Mezhdunarodnoy nauchno-praktycheskoy konferentsyy, 7-8 aprelya 2012 h. – Rostov-na-Donu : Yzd-vo RNU, 2012, 188 p.
2. Van Helder S. Kak uluchshyt uspehnost' razrabotky y realizatsyy strategyy brenda territoryy. Brend-menedzhment. 2009, № 02 (45), pp. 66-71
3. Vasylyeva E. A. Adaptatsyya natsional'noy turyst'skooy polytyky k uslovyam hlobalyzatsyy: SPb.: Yzd-vo SPbHUÉF, 2010, 25 p.
4. Halumov É. A. Ymydzh protiv ymydza. Moscow: Yzvestyya, 2005, 552 p.
5. Hordeev V.V. Myrovaya ékonomyka y problemy hlobalyzatsyy. Moscow : Vysshaya shkola, 2008, 408 p.
6. Dzhuéll L. Yndustrial'no-orhanyzatsyonnaya psikhohyya. SPb: Pyter, 2001, 715 p.
7. Domnyn V.N. Brendynh: novye tekhnolohyy v Rossyy. SPb.: Pyter, 2002, 272 p.
8. Selyukov M. V. K voprosu o teoryu y praktike razrabotky brend-platforny na urovne rehyona, Available at: [www.science-education.ru/pdf/2012/3/36.pdf](http://www.science-education.ru/pdf/2012/3/36.pdf)
9. Starostina A. Mizhnarodnyy imidzh krainy: sutnist', faktory formuvannya, rivni spryynnyatya. Marketynh v Ukraini, 2010, № 4, pp. 61-66.
10. Destination branding : creating the unique destination proposition / edited by Nigel Morgan, Annette Pritchard, and Roger Pride. - Oxford : Butterworth-Heinemann, 2002, pp.90-91.
11. Hankinson G. The management of destination brands: Five guiding principles based on recent developments in corporate branding theory / Hankinson G.// Journal of Brand Management, 2007, №14, p.249.
12. Tourism and hospitality industry : challenges and innovations [Text]/ [editors], Lalit K. Bansal & Prasant Gautam.- Delhi : Neha Publishers & Distributers, 2011, p. 179.

Надійшла 21.09.2013; рецензент: д. е. н. Старостіна А. О.

УДК 339.138

В. РАТИНСЬКИЙ

Тернопільський національний технічний університет

## ПЛАНУВАННЯ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ЯК ОСНОВНИЙ ФАКТОР УСПІХУ НА РИНКУ СВІТЛИХ НАФТОПРОДУКТІВ

*В статті розглянуто поетапний процес маркетингового планування як стратегічного, так і тактичного на ринку світлич нафтопродуктів. Планування стратегії – вид управлінської діяльності, що вимагає значних зусиль і витрат часу. Цей процес повинен бути формалізований і ним потрібно управляти. Управління реалізацією стратегії має здійснюватися і через стимулювання відповідного ставлення до нього керівників і працівників усіх рівнів. Особливо тут слід відзначити необхідність створення та постійної підтримки хорошого організаційно-психологічного клімату. Також було виокремлено сильні та слабкі сторони проведення диверсифікації учасників ринку світлич нафтопродуктів, визначено переваги, які отримує підприємство завдяки поетапному процесу розширення своєї діяльності. В статті визначено найважливіші функції планування маркетингу, зроблено аналіз основних завдань планування, вирішення яких дозволяє реалізувати прогнозування потреби і попиту на нафтопродукти. В умовах ринкової конкуренції на ринку світлич нафтопродуктів актуальність планування стає все гострішою.*

*Ключові слова: планування, стратегія підприємства, учасник ринку світлич нафтопродуктів, пальне, диверсифікація.*

V. RATYNSKYI

Teropil national technical university

## MARKETING ACTIVITIES PLANNING AS THE MAIN FACTOR OF SUCCESS AT THE LIGHT OIL MARKET

*The article describes a stage-by-stage process of both strategic and tactical marketing planning at the light oil market. Strategy planning is a kind of management activity that requires considerable efforts and time. This process should be formalized and managed. Management of strategy implementation shall be conducted by developing an appropriate attitude of managers and employees at all levels. Especially noteworthy is the need for creating and maintaining a good organizational and psychological climate. We also mentioned pros and cons of diversifying light oil market participants and defined benefits that the company will get through a gradual process of extending its operations. The article defines the most important functions of marketing planning, analyzes main planning problems, solving which allows predicting the need and demand for petroleum products. Planning under conditions of competitive light oil market becomes very important nowadays.*

*Keywords: planning, enterprise strategy, market light oil, fuel diversification.*

**Постановка проблеми.** Актуальність вдосконалення технології планування маркетингу і проведення маркетингових досліджень кон'юнктури ринків світлич нафтопродуктів обумовлена необхідністю розробки стратегії їх розвитку з урахуванням загальних соціально-економічних тенденцій вітчизняної економіки і регіональної специфіки на основі використання світового та вітчизняного досвіду функціонування ринку світлич нафтопродуктів.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Вагомий внесок у дослідження проблематики планування маркетингової діяльності підприємства на ринку реалізації світлих нафтопродуктів зробили такі вітчизняні та зарубіжні вчені: Котлер Ф., Крикавський Є.В., Кузьмін О.Є., Богатова Т.А., Капустин В.М., Шнайдер А., Крюкова А., Скибінський С.В., Старостіна А.О. та інші. У їхніх працях розглянуто питання особливостей проведення стратегічного планування діяльності підприємства, формування стратегії диверсифікації на ринку, досліджено особливості формування попиту на ринку світлих нафтопродуктів.

Метою статті є дослідження особливостей процесу планування маркетингової діяльності на вітчизняному ринку світлих нафтопродуктів.

**Виклад основного матеріалу.** Сучасний ринок нафтопродуктів – місце конкурентної перевірки не тільки економіко-технічних характеристик нафтопродуктів, системи управління виробництвом і збутом, але і системи планування, здатності компанії систематично вивчати ринкову ситуацію, робити правильні і своєчасні висновки, з об'єктивним вибором пріоритетів і на цій основі приймати адекватні управлінські рішення.

Планування маркетингу – це логічна послідовність дій, яка призводить до визначення цілей маркетингу та складання планів їх досягнення [1, с.233]. Сам процес управління маркетингом складається з:

- аналізу ринкових можливостей (кожну ринкову можливість необхідно оцінити з точки зору її відповідності цілям і ресурсам компанії);

- відбору цільових ринків (щоб переконатися в достатній привабливості потенційних можливостей, нафтотрейдеру потрібно буде провести більш ретельну оцінку поточного і майбутнього попиту. При позитивному результаті на наступному етапі відбувається сегментування ринку. Компанія може зупинитися на обслуговуванні одного або декількох сегментів ринку. Стосовно кожного з них фірма повинна вирішити, яку саме позицію вона хоче в ньому зайняти. Їй слід вивчити позиціонування на цільовому ринку пального конкурентів з точки зору властивостей, які є, на думку споживачів, найбільш важливими);

- розробки комплексу маркетингу. Комплекс маркетингу – це поєднання чотирьох складових: товару, ціни, методів поширення і методів стимулювання. Компанії належить прийняти рішення про загальну суму асигнувань в маркетинг, про розподіл цих асигнувань по основним складовим комплексу маркетингу і в рамках кожної з цих складових для втілення в життя маркетингових заходів.

Для виконання всієї цієї маркетингової роботи учаснику ринку світлих нафтопродуктів необхідно створити чотири системи: маркетингової інформації, планування маркетингу, організації служби маркетингу і маркетингового контролю. Система планування маркетингу включає в себе і стратегічне і тактичне планування. Система стратегічного планування має основною метою створення міцної фірми, в якій є принаймні кілька зростаючих напрямків діяльності, що компенсують ті, що, можливо, йдуть по низхідній. У рамках системи маркетингового планування розробляють перспективні і річні плани для кожного з конкретних напрямків діяльності, перед якими вже поставлені завдання стратегічного характеру. Стратегія компанії складається із запланованих маркетингових дій та необхідних коректив у випадку непередбачених обставин. Отже стратегію слід розглядати як комбінацію із запланованих дій і оперативних рішень щодо адаптації до динамічного зовнішнього середовища. Слід відзначити, що в основі розробки маркетингової стратегії знаходиться стратегічний аналіз та прогноз потенціалу підприємства як динамічної характеристики, що поєднує виробничо-технологічні та маркетингові можливості, за певних припущень про можливі зміни зовнішнього середовища, у якому воно функціонує [3, с.41].

У даному випадку діяльність маркетингової служби відокремлюється за двома аспектами:

- 1) робота з проведення комплексного дослідження ринку;
- 2) робота зі споживачами, розташованими на окремих географічних сегментах.

У завдання відділу комплексного дослідження ринку, головним чином, входить проведення аналізу кон'юнктури, тобто вивчення попиту та пропозиції, факторів, що впливають на попит; аналіз цін; оцінка ємності ринку; прогнозування обсягу продажів. Крім того, завданнями цього відділу є дослідження конкурентоспроможності підприємства, формування виробничих і маркетингових планів підприємства.

Планування в маркетингу вирішує наступні основні завдання:

- визначає цілі, основні принципи та критерії оцінки самого процесу планування (наприклад, диференціація видів пального, комплексне планування ринкової стратегії, визначення обсягів і термінів фінансування залежно від маркетингових цілей);

- задає структуру і резерви планів, їх взаємний зв'язок (наприклад, пов'язує плани реалізації супутніх товарів за окремими сегментами ринку, запроваджує в життя комплексну ринкову стратегію, збутову і виробничу діяльність регіональних відділень і філій);

- встановлює вихідні дані для планування (стан і перспективи розвитку ринку, існуючі та майбутні потреби кінцевих споживачів пального, прогноз змін товарної структури ринків тощо);

- визначає загальну організацію процесу і рамки планування (рівні компетенції та відповідальності керівників, права та обов'язки організаційно-структурних підрозділів підприємства тощо).

Зміст планування як функції управління підприємством полягає в обґрунтованому визначенні основних напрямків і пропорцій розвитку бізнесу з урахуванням матеріальних джерел його забезпечення і попиту на ринку. Сутність планування з'являється в конкретизації цілей розвитку всієї компанії, окремого

дочірнього підприємства учасника ринку світлих нафтопродуктів і кожного підрозділу окремо на встановлений період часу; визначенні господарських завдань, засобів їх досягнення, термінів і послідовності реалізації; виявленні фінансових, матеріальних і трудових ресурсів, необхідних для вирішення поставлених завдань.

Необхідно відзначити високу активність зовнішнього середовища (загальноекономічна, науково-технічна, але, в першу чергу, – соціально-політична) на вітчизняному ринку світлих нафтопродуктів. Можливості економічного зростання значною мірою залежать від вибору ефективної стратегії компанії, що забезпечує конкурентоспроможність продукції і, як наслідок, високі прибутки.

Призначення планування як функції управління має на меті завчасний облік всього комплексу внутрішніх і зовнішніх факторів, що забезпечують сприятливі умови для нормального функціонування і розвитку компанії. Планування передбачає розробку комплексу заходів, які визначають послідовність досягнення конкретних цілей з урахуванням можливостей найбільш ефективного використання ресурсів кожним функціональним підрозділом і компанії в цілому. Планування покликане забезпечити ув'язку між окремими структурними підрозділами, які включають всю технологічну ланку: наукові дослідження і розробки, виробництво, збут. Ця діяльність опирається на виявлення та прогнозування споживчого попиту, аналіз і оцінку наявних ресурсів і перспектив розвитку господарської кон'юнктури ринку світлих нафтопродуктів. Планування приносить цілий набір вигод: системне осмислення ситуації, більш точна постановка завдань, досконаліші методи вимірювання досягнутого, більш чітка координація зусиль фірми та ін. Все це повинно призвести до зростання збуту і прибутку.

Планир будь-якого планування в рамках компанії – стратегічне планування. Процес стратегічного планування складається з розробки програми компанії, формулювання її завдань і цілей аналізу господарського портфеля і перспективного планування зростання організації [2, с.433]. В даний час стратегічне планування стає правилом компаній країн з розвинутою ринковою економікою, адже саме стратегічне планування є головним чинником у конкурентній боротьбі за місце на ринку.

Стратегічне планування вимагає оцінки кожного з учасників ринку світлих нафтопродуктів, для того щоб зробити висновок про доцільність їх розширення, збереження, ліквідації тощо. Стратегія компанії складається із запланованих маркетингових дій та необхідних коректив у випадку непередбачених обставин. Отже стратегію слід розглядати як комбінацію із запланованих дій і оперативних рішень щодо адаптації до динамічного ринкового середовища [4, с.234].

Після розробки загальних стратегічних планів кожному виробництву належить розробити власні плани маркетингу по товарах, марках, ринках. План маркетингу — письмовий документ, або проект, що описує впровадження й контроль маркетингової діяльності організації, пов'язаної з конкретною стратегією. План включає систему заходів, необхідних для досягнення цілей, їх зміст, забезпечення ресурсами, а також обсяги, методи, послідовність і терміни виконання робіт різного характеру. За допомогою планування досягається узгодженість та координація діяльності в системі горизонтального і вертикального рівнів управління. Мета планування — зменшення маркетингових ризиків за рахунок зниження невизначеності умов діяльності і концентрації ресурсів на найбільш перспективних напрямках [5, с.406].

Планування маркетингу складається з наступних елементів:

1. Аналіз контрольних показників – зведення основних цілей і рекомендацій. Цілі мають відповідати наступним вимогам: конкретність і вимірність, прив'язка до часу, досяжність, сумісність.

2. Виклад поточної маркетингової ситуації – опис характеру цільового ринку нафтопродуктів і аналіз початкового положення. Тут має місце на увазі оцінка зовнішньої (довкілля – економічна і політична, місце розташування, аналіз ринку – його ємності, основних сегментів, умов, конкурентів; оцінка ризиків, тощо) і внутрішньої (визначення корпоративних цілей, корпоративний аналіз, аналіз сильних і слабких сторін учасника ринку світлих нафтопродуктів) ситуацій та положення компанії на ринку.

3. Перелік небезпек і можливостей. Виняткову важливість представляє прогноз кон'юнктури ринку, який передбачає можливі зміни у структурі та обсязі споживання, які зіставляються з оцінками розвитку виробництва пального. Таке зіставлення дозволяє виявити зміни у співвідношенні між попитом і пропозицією, визначити ймовірний обсяг продажів. Своєчасне і правильне використання прогнозу дозволяє продавати нафтопродукти за найбільш прийнятними цінами; маневрувати ресурсами, використовувати їх у найбільш вигідних напрямках; приймати оперативні заходи з розширення (скорочення) виробництва в разі очікуваного значного покращення (погіршення) кон'юнктури.

4. Перелік завдань і проблем. Необхідно визначити цілі учасника ринку світлих нафтопродуктів. Під метою при цьому розуміється бажане майбутнє підприємства. Цілі підприємства завжди пов'язані з його ринковою діяльністю. Типові приклади цілей підприємства – збільшення обсягу реалізації, збільшення частки ринку, завоювання нових сегментів ринку, підвищення конкурентоспроможності товару, підвищення ефективності засобів просування товару, оптимізація каналів збуту продукції і т.д. Встановлення цілей повинно передбачати їх градацію. Так, наприклад, збільшення частки ринку є вищою метою, яка може бути досягнута в результаті реалізації підлеглої мети, наприклад, підвищення конкурентоспроможності пального, підвищення ефективності засобів просування і т.д.

5. Стратегії маркетингу – раціональна, логічна побудова, керуючись якою організаційна одиниця

може вирішити свої конкретні стратегії за цільовими ринками, комплексу маркетингу, рівню витрат на маркетинг. Способи досягнення цілей – стратегія маркетингу, принципів, середні або довгострокові рішення, що дають орієнтири, окремим заходам маркетингу на досягнення поставлених цілей. Вибір стратегії обмежують вищевказані зовнішні і внутрішні умови. Для опису стратегії можна використовувати такі стратегічні критерії:

- простір ринку (локальний, регіональний, національний),
- обсяг захоплення ринку (один сегмент, кілька сегментів, весь ринок);
- спосіб захоплення ринку (диференційований, недиференційований);
- концентрація на одному з інструментів маркетингу (ціна, якість, розподіл, просування і т.д.);
- відношення до конкурентів (агресивне, нейтральне);
- відношення до темпів зростання (швидке зростання, помірні темпи, скорочення виробництва);
- відношення до інновації (інноваційність, адаптація);

6. Програми дій (стратегію маркетингу необхідно перетворити на конкретні програми дій, що дають відповіді на питання: 1) що буде зроблено, 2) коли це буде зроблено, 3) хто це буде робити, 4) скільки це буде коштувати.

7. Бюджети – прогноз прибутків і збитків (розробка бюджету можлива шляхом планування на основі показників цільового прибутку або на основі оптимізації прибутку).

8. Контролінг – система оцінки всіх сторін діяльності учасника ринку світлич нафтопродуктів, його підрозділів з точки зору своєчасного та адекватного виконання планових показників, виявлення відхилень і прийняття заходів щодо їх найшвидшого усунення. Для вироблення стратегії компанії необхідно об'єктивно оцінити ділову активність учасника ринку світлич нафтопродуктів. Для цих цілей використовують наступні критерії: різноманітність товарів (як самих типів пального, так і супутніх товарів); контрольована частка ринку; обсяг продажів на ринку; темп зростання продажів; широта асортименту реалізованої продукції порівняно з конкурентами; патентний захист; співвідношення обсягу продажів і витрат на маркетинг; ефективність стимулювання збуту; гнучкість цінової політики; інновації на ринку. Слабка інноваційність на самі нафтопродукти полягає в самій системі енергоспоживання держав і світу, проте інноваційність на технології виробництва і збуту нафтопродуктів досить висока.

Базисні класичні стратегії маркетингу зазвичай не знаходять застосування в “чистому вигляді” і використовуються в комплексі з різними питомими вагами кожної з стратегій, але в кожній із застосовуваних учасниками ринку світлич нафтопродуктів стратегій більшість – стратегія зниження витрат виробництва. Боротьба за свою частку на ринку знаходить відображення в зниженні питомих витрат у всіх секторах виробництва та реалізації кінцевого продукту провідних нафтових компаній у напрямках і темпах модернізації ними свого виробничого потенціалу, у зміні інвестиційної політики (включаючи технологічний прорив у розробці альтернативних джерел енергії), чи нарешті, в традиційній війні цін — взаємний демпінг цін.

Широке поширення на вітчизняному ринку світлич нафтопродуктів отримала диверсифікація – включення у виробничу програму продуктів, які не мають безпосереднього зв'язку з попередньою сферою діяльності підприємства. У багатьох випадках має сенс застосовувати в нових галузях знання, досвід, зв'язки, накопичені при роботі зі старими товарними одиницями. Це дозволяє знизити вразливість підприємства у разі кризи або використовувати ринкові можливості. До переваг, які можуть застосовуватися для нового продукту, можна віднести систему збуту, контакти з клієнтами, досвід у галузі дослідження ринку, реклами і т.д. Диверсифікацію здійснюють з метою посилення економічної потужності при одночасному зниженні підприємницького ризику. Інвестиції учасника ринку світлич нафтопродуктів направляються насамперед у сфери побічно пов'язані з виробництвом, переробкою та збутом нафти і нафтопродуктів – це транспортна система, підприємства з виробництва обладнання для нафтовидобутку і нафтопереробки, будівельні організації, лізингові підприємства, інфраструктуру ринку нафти і нафтопродуктів. Це й інвестиції у фінансову сферу з метою мінімізації кредитної ставки для підприємств. Як показує досвід зарубіжних країн гігант нафтового бізнесу зазвичай мають досить широкий спектр інтересів, часом який не має до нафтового бізнесу жодного відношення.

Одне з основних призначень системи планування полягає у сприянні ефективному управлінню на всіх рівнях учасника ринку світлич нафтопродуктів. При налагодженій системі планування віддача від неї незрівнянно більше витрат на здійснення самого процесу планування. Об'єктивна оцінка системою планування потенційно-можливої ситуації передбачає врахування сильних і слабких сторін компанії, передбачення основних майбутніх небезпек і можливостей, адекватне відображення головних стратегій конкурентів. Крім того, система планування покликана об'єктивно відображати можливості і наявні ресурси учасника ринку світлич нафтопродуктів. В умовах ринкової економіки особливого значення набуває орієнтація планування на мінливі умови, що надає необхідну гнучкість і динамічність.

Важливою вимогою до системи планування є концентрація уваги менеджерів на основних стратегічних проблемах, не “розмінюючись” на досягненні проміжних результатів, навіть якщо вони досить “привабливі” зовні, так як це може поставити під загрозу успіх виконання стратегічних завдань.

Ефективність процесу планування визначається увагою вищого керівництва компанії до питань

стратегічного планування, реальною підтримкою системи планування з боку керівництва організаційних одиниць. Сам процес планування ефективний, якщо він досить гнучкий, в міру рутинний, ретельно прорахований, сприяє стратегічному мисленню, націлений на сприйняття нових ідей, а заходи передбачені планом адекватно сприймаються колективом. Стратегічне планування входить в управлінську практику вітчизняних учасників ринку світлих нафтопродуктів, стає невід'ємною частиною його внутрішньої культури. Це дозволяє уникнути чисто формального підходу при здійсненні планових функцій. Однією з умов успішного функціонування системи планування і важливою вимогою до неї є її підкріплення системами мотивації, контролю, внутрішніх комунікацій та інформаційною базою. Стратегічний план повинен бути пов'язаний з наявними можливостями і ресурсами, так як недооцінка неминуче веде до неповного розкриття потенціалу, а переоцінка може призвести до серйозних негативних наслідків. Крім того стратегія, схвалена учасниками ринку світлих нафтопродуктів повинна гарантувати оптимальний розподіл її ресурсів.

**Висновки.** Стратегічне планування розглядається як основний об'єкт відповідальності топ-менеджменту учасника ринку світлих нафтопродуктів, тому необхідно приділяти особливу увагу відповідності плану сформованому стилю управління. Важливою вимогою до стратегічного плану є його внутрішня сумісність з планами структурних підрозділів компанії. Це забезпечує координацію зусиль усіх організаційних одиниць учасника ринку світлих нафтопродуктів при досягненні корпоративних цілей. Планова програма періодично коригується залежно від кон'юнктури ринку, так як без об'єктивної оцінки мінливої ситуації ринку стратегічний план стає дезорієнтованим.

### Література

1. Данілов О.Д. / Інвестування : [навчальний посібник] / О. Д. Данілов, Г. М. Івашина, О. Г. Чумаченко. – Ірпінь, 2001. – 377 с.
2. Котлер Ф. / Основы маркетинга. Краткий курс / Ф.Котлер ; Пер. с англ. – М. : Вильямс, 2006. – 646 с.
3. Ратинський В.В. / Маркетингові дослідження як основа планування маркетингової стратегії / В.В.Ратинський // Матеріали VI Міжнародної науково – практичної конференції «Маркетинг у третьому тисячолітті», Донецький національний університет економіки і торгівлі імені Михайла Туган – Барановського, м. Донецьк 2013, с 40–42.
4. Ратинський В.В. / Маркетингові дослідження та їх роль в процесі формування маркетингової стратегії машинобудівних підприємств / В.В.Ратинський // Наукове видання "Соціально-економічні проблеми і держава". – Тернопіль: ТДТУ, 2009. – № 1(2). – С. 230–236.
5. Чеботар С.І. / Маркетинг : [навчальний посібник] / С. І. Чеботар та ін. – К. : «Наш час», 2007. – 504 с.

### References

1. Danilov O. / Investing: [Tutorial] / A. Danilov, G. Ivashina, O. Chumatchenko. - Irpin, 2001. - 377p.
2. Kotler F. / Fundamentals of marketing. Brief Course / M.: Williams, 2006. - 646 p.
3. Ratynskyy V. / Market Research as a basis for planning the marketing strategy / V.V.Ratynskyy // Proceedings of VI International scientific - practical conference "Marketing in the Third Millennium", Donetsk National University of Economics and Trade 2013, 40 — 42 p.
4. Ratynskyy V. / Market research and their role in the process of marketing strategy engineering companies / V.Ratynskyy // Academic Edition "Socio-economic problems and the state." - Kiev: TDTU, 2009. - № 1 (2). - 230-236 p.
5. Chebotar S. / Marketing: [Tutorial] / S. Chebotar - Kyiv "Our Time", 2007. - 504 p.

Надійшла 21.09.2013; рецензент: д. е. н. Андрушків Б. М.

**ОЦІНКА МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ БУДІВЕЛЬНОГО ПІДПРИЄМСТВА**

*У роботі розкрито методику оцінки маркетингової діяльності будівельного підприємства. Запропоновано використання анкети для проведення дослідження. Наведено критерії оцінки для опитування експертів й компонентів ефективності маркетингу. Розроблено технологію обробки даних аналізу. Зроблено апробацію методики й висновки за результатами її використання.*

*Ключові слова: маркетингова діяльність, анкета, критерій оцінки, опитування, аналіз.*

О. О. SELEZNYOVA

OdessaState Academy of Building and Architecture

**EVALUATION OF MARKETING REALIZATION ON THE BUILDING ENTERPRISE**

*Methodical of marketing realization evaluation on the building enterprise is shown in the article. Using the survey is proposed for the research. Evaluation criteria for asking questions to experts and efficiency marketing components are shown. Technology of processing analysis is provided. Approbation of methodical and consequence of using it are made in the article.*

*Keywords: marketing orientation, quest, evaluation criteria, interview, analysis.*

**Вступ**

Будівельні підприємства України досить широко використовують маркетинг у своїй практичній діяльності. Орієнтація будівельного підприємства на ринок, на маркетинг є одним із найважливіших напрямків ринкових перетворень у галузі. В умовах ринкових економічних відносин, що розвиваються в країні, орієнтація підприємств на маркетинг може стати тим засобом, який допоможе вітчизняним підприємствам не тільки вижити в цих складних умовах, але й досягти процвітання.

Теоретико-методологічні та методичні проблеми функціонування сучасної економіки в цілому та різних її секторів досліджували вітчизняні та зарубіжні фахівці, а саме: Н. О. Бабенко, П. Ю. Балабан, С. І. Дугіна, П. С. Зав'ялов, С. М. Ілляшенко, Ф. Котлер, А. А. Садеков, Л. Г. Саркісян, М. П. Сахацький, Л. О. Стрій, В. І. Топіха, О. О. Шубін, І. В. Юрко та ін. [1–7]. Проте, незважаючи на наявність вагомої наукової бази стосовно розвитку економіки, проблема ефективності орієнтації підприємств на маркетингові методи управління ще мало досліджувана вітчизняною економічною наукою. Немає достатньої ясності в тлумаченні поняття “маркетингова діяльність”, цілком невирішеним є питання вибору критеріїв і засобів її оцінки.

Метою даної статті є розкриття сутності механізму оцінки маркетингової діяльності будівельним підприємством, що при використанні менеджментом сприятиме підвищенню ефективності роботи суб'єктів господарювання будівельної галузі.

**Виклад основного матеріалу дослідження**

Існуючі в будівельній галузі методики оцінки ефективності економічної діяльності підприємства базуються на пошуку співвідношень між результативністю діяльності підприємства і зробленими витратами праці, ресурсів і т.п. [1 с. 55–70, 7 с. 36–41] Якщо даний принцип оцінки застосувати до маркетингу, то варто аналізувати співвідношення витрат на маркетинг (витрати на рекламу, на стимулювання збуту, витрати на проведення маркетингових досліджень та ін.) і досягнутого обсягу продажу послуг. Проте дослідження, проведені в розвинених країнах, показують, що внесок маркетингу в обсяг продажу підприємства практично розрахувати неможливо. Так Ф. Котлер, аналізуючи цю проблему, вказує, що поточний прибуток і обсяг продажу можуть і не характеризувати результативність маркетингу. Для оцінки діяльності маркетингу пропонується використовувати маркетинговий оцінний лист [2, с. 149–160]. Аналіз ефективності маркетингу за допомогою цього методу здійснюється за дев'ятьма параметрами (у %): 1) зростання ринку; 2) зростання продаж комунікаційної інформації; 3) частка ринку; 4) старі клієнти; 5) нові клієнти; 6) незадоволені клієнти; 7) відносна якість товару; 8) відносна якість обслуговування; 9) відносний продаж нових товарів.

Дана методика рекомендується до використання на будівельних підприємствах. Проте на практиці її застосування буде ускладнено кількома факторами. В даний час економісти будівельних підприємств не мають у своєму розпорядженні повних даних для упорядкування маркетингового оцінного листа. Відсутні конкретні методики розрахунку наведених вище показників.

Тому для оцінки ефективності маркетингової орієнтації будівельного підприємства необхідно виділити певні компоненти, які доцільно поєднати в кілька груп. Компонентами у даному випадку можуть розглядатися принципи маркетингової орієнтації підприємства (наприклад, спрямованість на споживача, маркетингова інтеграція й ін.). У цьому випадку ефективність маркетингової орієнтації підприємства можна характеризувати функціоналом:

$$E_{MO}=F(A1, A2, \dots, AN), \quad (1)$$



де  $E_{MO}$  – ефективність маркетингової орієнтації підприємства;

( $A_1, A_2, \dots, A_N$ ) – компоненти ефективності;

$N$  – кількість компонентів.

Ефективність кожного компонента з позиції системного підходу може оцінюватися також за аналогічною формулою. При цьому кожний компонент може бути розділений на підкомпоненти. Наприклад, компонент спрямованості на споживача може мати підкомпоненти: ступінь розуміння керівництвом підприємства важливості задоволення клієнтів, наявність різноманітних пропозицій для різноманітних сегментів ринку.

У практичних методиках доцільно узагальнений показник ефективності визначати підсумовуванням показників ефективності компонентів ефективності за ваговими коефіцієнтами:

$$E_{MO} = \sum_{i=1}^N p_i E(A_i), \quad (2)$$

де  $p_i$  – ваговий коефіцієнт  $i$ -го компонента ефективності,

$E(A_i)$  – ефективність компонента  $A_i$ .

Маркетингову орієнтацію будівельних підприємств можна оцінити за такими компонентами:

- спрямованість на покупця (ступінь розуміння керівництвом підприємства важливості задоволення потреб клієнтів, наявність різноманітних пропозицій для різних сегментів ринку);
- рівень маркетингової інтеграції (узгодженості зусиль всього колективу підприємства для досягнення успіху на ринку);
- адекватність маркетингової інформації реальному стану ринку;
- стратегічна орієнтація маркетингу (ступінь маркетингового планування, наявність чіткої маркетингової стратегії, якість доведення маркетингової стратегії до робітників і її впровадження);
- оперативна ефективність (успіх підприємства на ринку неможливий без правильного розподілу керівництвом підприємства наявних маркетингових ресурсів, без його здатності швидко реагувати на різні ринкові ситуації).

Для будівельних підприємств, з огляду на їхню специфіку, останній компонент варто деталізувати, замінивши його трьома: організація процесу впровадження нових робіт; фінансування маркетингу; здатність керівництва своєчасно реагувати на непередбачені обставини.

До проведення економічних досліджень пред'являються певні вимоги. Зокрема, доцільно максимально формалізувати процес дослідження і стандартизувати основні етапи підготовки і проведення експертизи. У цьому випадку методика дослідження повинна включати:

- формулювання цілі дослідження (у даному випадку експертного опитування);
- розробку опитувальної анкети;
- визначення процедури обробки результатів опитування.

В анкету внесені два ідентичних запитання:

- оцініть в цілому ефективність орієнтації підприємства на маркетинг;
- оцініть ефективність використання на підприємстві принципів маркетингової орієнтації (зазначених в анкеті).

Принципи маркетингової орієнтації в анкеті деталізовані, щоб виключити неоднозначність їхнього тлумачення експертами:

$A_1$  – спрямованість на покупця (ступінь розуміння керівництвом підприємства важливості задоволення потреб клієнтів, наявність різноманітних пропозицій для різних сегментів ринку);

$A_2$  – рівень організації процесу розробки нових послуг;

$A_3$  – адекватність наявної інформації про ринок його реальному стану (своєчасність проведення досліджень покупців, чинників, які впливають на їхню поведінку, каналів збуту, конкурентів);

$A_4$  – рівень маркетингової інтеграції (узгодженості відділу маркетингу з іншими відділами підприємства);

$A_5$  – рівень стратегічної орієнтації підприємства на маркетинг (ступінь маркетингового планування, наявність чіткої маркетингової стратегії, якість доведення маркетингової стратегії до працівників та її впровадження);

$A_6$  – рівень фінансування маркетингу (рівень зусиль, які застосовуються для зниження витрат на маркетингові заходи);

$A_7$  – рівень врахування непередбачених обставин і здатність керівництва швидко реагувати на ці ситуації.

Для квантифікації відповідей експертів обрана десятибальна шкала, яка, на думку більшості опитаних у процесі пілотажного дослідження спеціалістів, є найбільш оптимальною у даному дослідженні. В анкету включено також спеціальне запитання з метою з'ясування причин, які стримують розвиток маркетингової орієнтації підприємства, і шляхів підвищення її ефективності. Експертам запропоновано

проранжувати групу чинників за ступенем їхнього негативного впливу на ефективність маркетингової орієнтації управління підприємством.

У даному випадку до таких чинників віднесено:

– Знання персоналом підприємства основних теоретичних положень маркетингу, його концепцій, а також особливостей ринку послуг, потреб цільових клієнтів.

– Уміння маркетингового персоналу проводити маркетингові дослідження, вивчати споживачів, вивчати конкурентів.

– Якість запропонованих послуг.

– Націленість керівництва підприємства на маркетинг.

– Обмеженість фінансів, які виділяються на маркетингову діяльність.

– Інші чинники.

Вкінці викладено прохання до експертів дати свої пропозиції щодо підвищення ефективності маркетингової орієнтації підприємства та інших проблем управління підприємством.

Для обробки анкет запропонована технологія, яка базується на роботі і враховує рівень підготовки спеціалістів будівельних підприємств.

Після аналізу анкет складається матриця оцінок:

$$E_{MO} = \begin{pmatrix} X_{10} & X_{11} & \dots & X_{1j} & \dots & X_{110} \\ X_{20} & X_{21} & \dots & X_{2j} & \dots & X_{210} \\ \dots & \dots & \dots & \dots & \dots & \dots \\ X_{i0} & X_{i2} & \dots & X_{ij} & \dots & X_{i10} \\ \dots & \dots & \dots & \dots & \dots & \dots \\ X_{70} & X_{71} & \dots & X_{7j} & \dots & X_{710} \end{pmatrix} \quad (3)$$

Матриця оцінок (3) характеризує розподіл оцінок за шкалою балів для кожного компонента ефективності маркетингу підприємства (наприклад, для шкали від 0 до 10 балів)

Величини  $X_{i,j}$  розраховуються за формулою:

$$X_{i,j} = \frac{m_{i,j}}{m}, \quad (4)$$

де  $m_{i,j}$  – кількість експертів, які оцінили ефективність і-го компонента j-м балом;

$m$  – загальна кількість експертів, які оцінили даний компонент.

З метою забезпечення порівнянності отриманих у даному дослідженні результатів з аналогічними результатами інших досліджень, виконується нормування показників ефективності в межах 0... 1 за допомогою вагових коефіцієнтів балів 0...10, які у даному випадку визначаються множиною Q:

$$Q = \{0; 0,1; 0,2; 0,3; 0,4; 0,5; 0,6; 0,7; 0,8; 0,9; 1\}. \quad (5)$$

Для цього розглянута матриця оцінок трансформується у допоміжну матрицю (6), в якій нові числові показники утворюються множенням величини  $X_{i,j}$  на вагові коефіцієнти бала ( $q_0 = 0; q_1 = 0,1; q_2 = 0,2; \dots; q_9 = 0,9; q_{10} = 1,0$ ).

$$E_{MO} = \begin{pmatrix} q_0 X_{10} & q_1 X_{11} & \dots & q_j X_{1j} & \dots & q_{10} X_{110} \\ q_0 X_{20} & q_1 X_{21} & \dots & q_j X_{2j} & \dots & q_{10} X_{210} \\ \dots & \dots & \dots & \dots & \dots & \dots \\ q_0 X_{i0} & q_1 X_{i2} & \dots & q_j X_{ij} & \dots & q_{10} X_{i10} \\ \dots & \dots & \dots & \dots & \dots & \dots \\ q_0 X_{70} & q_1 X_{71} & \dots & q_j X_{7j} & \dots & q_{10} X_{710} \end{pmatrix} \quad (6)$$

Обробка даних цієї матриці дозволяє визначити необхідні показники, за допомогою яких можна оцінити ефективність маркетингової орієнтації будівельного підприємства. У даному випадку обрано такі показники:

$A_i$  – показник ефективності і-го компонента (середня оцінка показника ефективності);

$S_i$  – вибіркове середнє квадратичне відхилення (СКВ);

$U_i$  – коефіцієнт варіації.

Показник ефективності  $A_i$  розраховується підсумовуванням по рядках (шкала від 0 до 10 балів):

$$A_i = \sum_{j=1}^{10} q_j X_{i,j} . \quad (7)$$

Узагальнений показник (усереднена оцінка) маркетингової орієнтації будівельного підприємства розраховується підсумовуванням по стовпчиках із використанням вагових коефіцієнтів аналізованих компонентів (відповідно до формули 2).

Узгодженість думок оцінюється розміром вибіркового СКВ і за значенням коефіцієнта варіації.

При груповій експертизі число експертів, як правило, не перевищує 30 чоловік. Тому, відповідно до правил математичної статистики, дисперсія вибірки  $S_i^2$  розраховується, як:

$$S_i^2 = \frac{1}{(m-1)} \sum_i^m (q_j X_{i,j} - A_i)^2 . \quad (8)$$

Усі величини, що входять у формулу (8) пояснено вище.

Коефіцієнт варіації, який характеризує варіабельність оцінок експертів, розраховується за відношенням СКВ до показника ефективності за формулою:

$$U_i = \frac{S_i}{A_i} 100\% . \quad (9)$$

За величиною дисперсії вибірки  $S^2$  й коефіцієнта варіації  $U$  можна судити про ступінь узгодженості думок експертів досить повно.

Після аналізу інформації розробляються рекомендації для прийняття рішень з оптимізації маркетингової орієнтації підприємства.

Одним із складних і невіршених економічною наукою питань є вибір критеріїв оцінки отриманих при дослідженні результатів. Експерт повинен оперувати з якісними оцінками. Тому для квантифікації результатів дослідження при анкетуванні експертів застосовуються оцінки в балах. Експерт ставить за виконання тієї або іншої функції визначену кількість (0, 1, 2, ..., 10, т. д.) балів. Підсумовуванням визначається загальна оцінка та пропонуються критерії тлумачення отриманого результату, а саме: ефективність маркетингу відповідає рівню 0–5 = Немає; 6–10 = Погано; 11–15 = Середньо; 16–20 = Добре; 21–25 = Дуже добре; 26–30 = Найкраще.

Шкала 0–30 балів у вітчизняних умовах застосовується рідко. Багато експертів часто інтуїтивно прагнуть виставляти більш високі бали, використовуючи верхню частину шкали. Більш прийнятний в цьому випадку нелінійний розподіл рівнів оцінки за шкалою балів.

У експертних дослідженнях для вибору критеріїв оцінки ефективності рекомендовано використовувати економіко-кібернетичний підхід. Ефективність системи оцінюється числовим показником, який характеризує якість роботи системи в заданих умовах застосування. Ефективність системи вимірюється функцією, яка досягає максимального значення 1 в ідеальних умовах. Таким чином, при експертних дослідженнях ефективності маркетингової орієнтації будівельних підприємств критерієм ефективності доцільно обрати показник, який змінюється в межах 0–1. Для цього оцінки використовуваної шкали балів (будь-якого розміру) трансформуються в шкалу 0–1.

Пропонується встановити такі критерії оцінки ефективності:

0,00–0,19 – маркетингова орієнтація підприємства відсутня;

0,20–0,49 – маркетингова орієнтація підприємства погана;

0,50–0,79 – маркетингова орієнтація середня;

0,80–0,94 – маркетингова орієнтація гарна;

0,95–1,00 – маркетингова орієнтація відмінна.

Зазначені рівні ефективності в процесі апробації даної технології були схвалені спеціалістами будівельного підприємства. У процесі дослідження запропонована технологія була апробована на будівельному підприємстві. В апробації брали участь робітники підприємства ТОВ «Исток-2001». Усього було заповнено 28 анкет. Розраховувалися показники: середня оцінка ефективності компонента (принципу), вибіркоче середньоквадратичне відхилення (СКВ), коефіцієнт варіації й узагальнена усереднена оцінка. При розрахунку усередненого показника (оцінки) ефективності у зв'язку з тим, що проблема визначення вагових коефіцієнтів ще недостатньо досліджувана, і з метою спрощення розрахунків, усі вагові коефіцієнти були обрані однаковими (у даному випадку  $N=7$ , тому усі вагові коефіцієнти рівні  $1/7$ ).

Результати обробки анкет наведені в таблиці 1.

Невеликі значення величини СКВ і коефіцієнтів варіації по кожній з оцінених функцій свідчать про гарну узгодженість думок експертів. Результати оцінки ефективності використання при управлінні підприємством принципів маркетингу підприємства в цілому характеризуються рівнем 0,75. За результатами розрахунку узагальненого показника ефективності відповідно таблиці його величина дорівнює 0,764.

Близький збіг цих величин також свідчить про відповідальне відношення експертів до дослідження і дозволяє підтвердити достовірність отриманих результатів.

Таким чином, у даний час маркетингова орієнтація будівельного підприємства є середньою.

Обробка результатів відповіді на спеціальне запитання анкети (ранжирування чинників за ступенем їхнього негативного впливу на ефективність управління підприємством) дали такі результати.

Експерти проранжували всі чинники у такий спосіб:

Обмеженість фінансів, що виділяються на маркетинг.

Уміння маркетингового персоналу проводити маркетингові дослідження, вивчати споживачів, вивчати конкурентів.

Таблиця 1

**Експертні оцінки ефективності використання принципів маркетингу при управлінні будівельним підприємством ТОВ «Исток-2001» у 2013 р.**

| Принципи  | Експертні оцінки |      |                 |
|---|------------------|------|-----------------|
|   | Середня          | СКВ  | Коеф-т варіації |
| 1. Спрямованість на покупця (ступінь розуміння керівництвом підприємства важливості задоволення потреб клієнтів, наявність різноманітних пропозицій для різних сегментів ринку).                                      | 0,78             | 0,05 | 6,41            |
| 2. Рівень організації процесу розробки нових послуг   | 0,76             | 0,06 | 7,89            |
| 3. Адекватність наявної інформації про ринок його реальному стану (своєчасність проведення досліджень покупців, чинників, які впливають на їхню поведінку, каналів збуту, конкурентів)                                | 0,82             | 0,06 | 7,32            |
| 4. Рівень маркетингової інтеграції (узгодженості відділу маркетингу з іншими відділами підприємства).   | 0,67             | 0,05 | 7,46            |
| 5. Рівень стратегічної орієнтації підприємства на маркетинг (ступінь маркетингового планування, наявність чіткої маркетингової стратегії, якість доведення маркетингової стратегії до робітників та її впровадження). | 0,85             | 0,06 | 7,05            |
| 6. Рівень фінансування маркетингу (рівень зусиль, які робляться для зниження витрат на маркетингові заходи).  | 0,62             | 0,07 | 11,29           |
| 7. Рівень врахування непередбачених обставин і здатність керівництва швидко реагувати на ці ситуації.   | 0,85             | 0,06 | 7,03            |
| Усереднений показник ефективності використання принципів маркетингу при управлінні підприємством =0,764<br>Маркетингова орієнтація середня  |                  |      |                 |

Знання персоналом підприємства основних концепцій і теорії маркетингу, особливостей ринку послуг, потреб цільових клієнтів.

Націленість керівництва підприємства на маркетинг.

Якість запропонованих послуг.

Інші чинники.

### Висновки

Проведена апробація дозволяє зробити такі висновки:

1. Кількісний і якісний склад групи експертів забезпечив якісну й об'єктивну оцінку ефективності маркетингового управління підприємствами.

2. Значення величин відхилення і коефіцієнтів варіації за кожним з оцінених принципів показують на узгодженість думок експертів.

3. Ефективність маркетингової орієнтації підприємств (у середньому), як видно з табл. 1, не висока (0,764), що також свідчить про необхідність реорганізації системи управління економічною діяльністю галузі.

4. Найбільш вузькими місцями діяльності підприємств в даний час є питання, пов'язані з спрямованістю маркетингу на покупця, питання маркетингової інтеграції, а також рівень орієнтації на ринок при розробці нових послуг.

5. На достатньо високому рівні вирішуються проблеми стратегічної орієнтації підприємства на маркетинг (ступінь маркетингового планування, наявність чіткої маркетингової стратегії, якість доведення маркетингової стратегії до робітників та її впровадження) і рівня врахування непередбачених обставин.

6. Причинами даного положення, як випливає з проведеного дослідження, є недостатні навички маркетингового персоналу проводити маркетингові дослідження, вивчати споживачів, вивчати конкурентів; обмеженість фінансів, що виділяються на маркетинг.

Розглянута методика практичного використання математико-статистичних методів експертних оцінок придатна для оцінки ефективності маркетингового управління будь-якого підприємства. Даний підхід також може бути використано й в інших економічних дослідженнях.

## Література

1. Маркетинг : учебник для вузов / Н.Д. Эриашвили, К. Ховард, Ю.А. Ципкин и др. ; Под ред. Н.Д. Эриашвили. – 2-е изд., перераб. и доп. – М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2000. – 623 с.
2. Котлер Ф. Маркетинг XXI века / Котлер Ф. – СПб. : Издательский Дом «Нева», 2005. – 432 с.
3. Котлер Ф. Маркетинг в третьем тысячелетии: Как создать, завоевать и удержать рынок / Пер. с англ. – М. : ООО «Издательство АСТ», 2000. – 272 с.
4. Котлер Ф. Маневры маркетинга. Современные подходы к прибыли, росту и обновлению / Котлер Ф., Дипак К. Джайн, Сувит Мэйсинси. – М. : ЗАО «Олимп – бизнес», 2003. – 224 с.
5. Стрій Л.О. Маркетингове управління на рубежі XXI століття : монографія. – Одеса : Астропринт, 2000. – 304 с.
6. Стрій Л.О. Маркетинг. Основні тенденції та проблеми розвитку : навчально-методичний посібник. – Одеса : УДАЗ ім. О.С. Попова, 2000. – 200 с.
7. Хруцкий В.Е. Современный маркетинг : настольная книга по исследованию рынка / В.Е. Хруцкий, И.В. Корнеева. – М. : Финансы и статистика, 2000. – 528 с.

## References

1. Eriashvili N.D., K. Khovard, Yu.A. Tsipkin Marketing: Uchebnik dlia vuzov. Ed. by N.D. Eriashvili. 2-d ed. Moscow, YuNITI-DANA, 2000, 623 p. [in Russian]
2. Kotler F. Marketingh KhKhI veka. – Spb.: Yzdatelskiy Dom «Neva», 2005. – 432 p. [in Russian]
3. Kotler F. Marketingh v tretem tysiacheletii: Kak sozdat, zavoevat i uderzhat rynek. Moscow, AST, 2000, 272 p. [in Russian]
4. Kotler F., Dypak K. Dzhaïn, Suvit Meysynsi. Manevry marketinga. Sovremennye podkhody k prybyli, rostu i obnoveniyu. Moscow, Olymp – byznes, 2003. – 224 p. [in Russian]
5. Strii L.O. Marketinghove upravlinnia na rubezhi XXI stolittia: Monohrafiia. Odessa, Astroprynt, 2000, 304 p. [in Ukrainian]
6. Strii L.O. Marketingh. Osnovni tendentsii ta problemy rozvytku: Navchalno-metodychni posibnyk. Odessa, UDAZ im. O.S. Popova, 2000, 200 p. [in Ukrainian]
7. Khrutskii V.E., Korneeva Y.V. Sovremenniy marketingh: Nastolnaia kniha po issledovaniiu rynka. Moscow, Finansy i statistika, 2000, 528 p. [in Russian]

Надійшла 13.09.2013; рецензент: д. е. н. Сахацький М. П.

УДК 332.1:658.8

С. Ю. ХАМІНІЧ, Г. Г. ПОЛІШКО

Дніпропетровський національний університет імені Олеся Гончара

## ПОБУДОВА МАРКЕТИНГОВОЇ СТРАТЕГІЇ КРАЇНИ: УКРАЇНСЬКИЙ КОНТЕКСТ

*В статті проаналізовані основні теоретичні та практичні аспекти побудови маркетингових стратегій територій. Розроблені конкретні практичні рекомендації стосовно побудови маркетингової стратегії для України. Стаття присвячена дослідженню теоретичних та практичних аспектів розробки маркетингової стратегії країни в сучасних економічних умовах. Зокрема, присвячена значна увага аналізу світового досвіду у цій сфері. В результаті проведеного дослідження сформована низка рекомендацій, щодо побудови маркетингової стратегії України.*

*Ключові слова: маркетинг територій, маркетингова стратегія, конкуренція, бренд.*

S. Y. KHAMINICH, G. G. POLISHKO

Dnepropetrovsk National University of Oles Gonchar, Dnepropetrovsk, Ukraine

## BUILDING A MARKETING STRATEGY OF COUNTRY: UKRAINIAN CONTEXT

*Article is devoted mainly to some theoretical and practical aspects of building marketing strategy for territories, country as a whole. According to this the aim of article can be formulated as the study of current trends in the marketing of territories and development of recommendations for its use in Ukraine. Results of the analysis shows that core elements of marketing strategy of territories is its brand. According to this process of brand developing must be the central aspect of marketing strategy of Ukraine. This process must be highly correlated with integrate tendencies and other aspects of political and economic situation.*

*Keywords: marketing areas, marketing strategy, competition, brand.*

**Вступ.** В умовах стрімкої трансформації ринкового простору, країни з високим рівнем розвитку економіки перетворили маркетинг в одну з передових галузей сучасного господарства. Підвищення мобільності населення, фінансових, матеріальних і нематеріальних ресурсів створює передумови для порівняння територій та вибору максимально привабливою країни як місця постійного або тимчасового проживання, ведення бізнесу, туризму, співробітництва та дипломатичних відносин. В сучасному конкурентному середовищі майже усі країни світу залучені до боротьби за підтримання престижу території в цілому та привабливості зосереджених на території ресурсів. Стратегічний маркетинг країни покликаний сприяти сталому розвитку шляхом усвідомленого використання своїх конкурентних переваг,

грамотного позиціонування та вмілого просування іміджу території на глобальну арену. Отже, дослідження сучасних тенденцій розвитку маркетингу країн актуалізується в умовах глобалізації та є своєчасним для України.

**Аналіз останніх досліджень.** Дослідженню цього питання приділяють увагу значна кількість як вітчизняних, так і іноземних вчених. Серед них особливо необхідно відмітити наробки Ф. Котлера, Д. Траута, К. Асплунда, Т. Циганкової, Н. Куденко, А. Панкрухіна, роботи всесвітньо відомих економістів, зокрема М. Портера. Також цій проблематиці регулярно приділяють увагу й політичні діячі, зокрема Саймон Анхольт, західні періодичне видання як то "Place Branding and Public Diplomacy", міжнародні дослідницькі групи Gfk та FutureBrand.

**Ціль статті.** Відповідно до означеного ціль роботи можна сформулювати як дослідження сучасних тенденцій розвитку маркетингу країн та розробка рекомендацій щодо його застосування в Україні.

**Результати дослідження.** У сучасному світі конкуренція є постійним атрибутом глобального середовища, в якій функціонують і розвиваються окремі міста, регіони та країни. Маркетинг територій (місць), різновидом якого є маркетинг країни, є формою глобального маркетингу.

Маркетинг країни не пов'язаний зі зміною її кордонів і є некомерційним, хоча найважливіших опосередкованих економічних результатів такого маркетингу можна виділити досить багато. Це ефекти реалізації геофізичних, фінансових, техніко-технологічних і кадрових ресурсів (використання поза територією внутрішніх ресурсів і тягіння зовнішніх), зростання обсягів і активізація зовнішньоекономічної діяльності, результати участі в міжнародних проектах та інші [1, с. 566].

Деякі автори [2, с. 16-17] відносять категорію маркетингу країн до маркетингу послуг, адже процес управління територією припускає надання послуг мешканцям та організаціям, що на неї розташовані.

На думку Ф. Котлера, маркетинг місць - це діяльність, яка здійснюється з метою створення, підтримки чи зміни відносин і/або поведінки, що стосуються конкретних місць. Також він визначає конкретні дії маркетингу місць в залежності від чотирьох аспектів бачення території: маркетинг житла, зон господарської забудови, місць відпочинку, інвестицій у земельну власність.

У вітчизняній науковій літературі можна зустріти цілий ряд понять, в тій чи іншій мірі відображають питання маркетингового походу до управління територією, такі як «регіональний маркетинг», «маркетинг місця», «муніципальний маркетинг», «маркетинг міста», «територіальний маркетинг», «маркетинг територій», «маркетинг у середині території» [2, с. 20].

Наприклад, А. П. Панкрухін [1] виділяє три категорії «територіальний маркетинг», «маркетинг територій», «маркетинг на (усередині) територій» і дає їм такі визначення:

– територіальний маркетинг – це маркетинг в інтересах території, її внутрішніх суб'єктів, а також зовнішніх суб'єктів, в увазі яких зацікавлена територія. Він може бути представлений як маркетинг територій або маркетинг на території;

– маркетинг територій – маркетинг, який розглядає в якості об'єкта уваги і просування територію в цілому, здійснюваний як всередині, так і за її межами і націлений на створення, розвиток, ефективно просування та використання конкурентних переваг даної території в її інтересах, в інтересах її внутрішніх, а також тих зовнішніх суб'єктів, у співпраці з якими вона зацікавлена;

– маркетинг на (усередині) території – аспект розуміння терміна «територіальний маркетинг», що позначає рівень і конкретні характеристик розвитку маркетингових відносин суб'єктів всередині території з приводу конкретних товарів і послуг [2, с. 22].

В рамках даної роботи, будемо вважати, що категорії «територіальний маркетинг», «маркетинг місць» та «маркетинг територій» – є тотожними та містять у собі маркетинг країн, міст, регіонів.

Щодо виокремлення маркетингу країн, він уособлює собою комплекс заходів, орієнтованих на підвищення (підтримання) іміджу країни, привабливості для інших країн, їх господарюючих суб'єктів, інших соціальних інститутів і населення, престижу в міжнародних організаціях [1, с. 566]. Розглядаючи теоретичні основи територіального маркетингу, оцінка привабливості території, запропонована, наприклад, Ф. Котлером, базується на дослідженні жорстких і м'яких факторів. Так, жорсткі фактори – це такі, що можуть змінюватися в більш-менш об'єктивних показниках, а м'які – важко вимірюються та являють собою більш суб'єктивні характеристики певної території. Ці фактори можуть бути використані в якості орієнтирів при підвищенні привабливості в очах цільової аудиторії [3, с. 65].

Як вважають Ф. Котлер та К. Асплунд [3, с. 44], структура маркетингу територій включає в себе елементи та базові методи. Елементами, що входять в основу маркетингу територій є: розробка для території стійкого та привабливого позиціонування та іміджу; створення стимулів для існуючих та потенційних споживачів товарів та послуг; пропаганда привабливих і корисних якостей даної території з метою повноцінного інформування користувачів про її відмітні переваги. Серед стратегій відзначаються іміджевий маркетинг, маркетинг пам'яток, інфраструктурний маркетинг, маркетинг населення.

Автори наголошують, що маркетинг міст включає в себе цілий ряд елементів, що представлені на рисунку 1. [3, с. 45].

Бренд країни – як складова маркетингу країни – це сукупність характеристик (назва, термін, знак, символ, малюнок, слоган тощо), які об'єднують уявлення щодо країни, містять її ексклюзивні та позитивні

характеристики та виділяють територію серед інших держав світу. Також бренд країни може бути пояснено як внесок певної нації в активи глобальної економіки – політичної системи [4, с. 62].

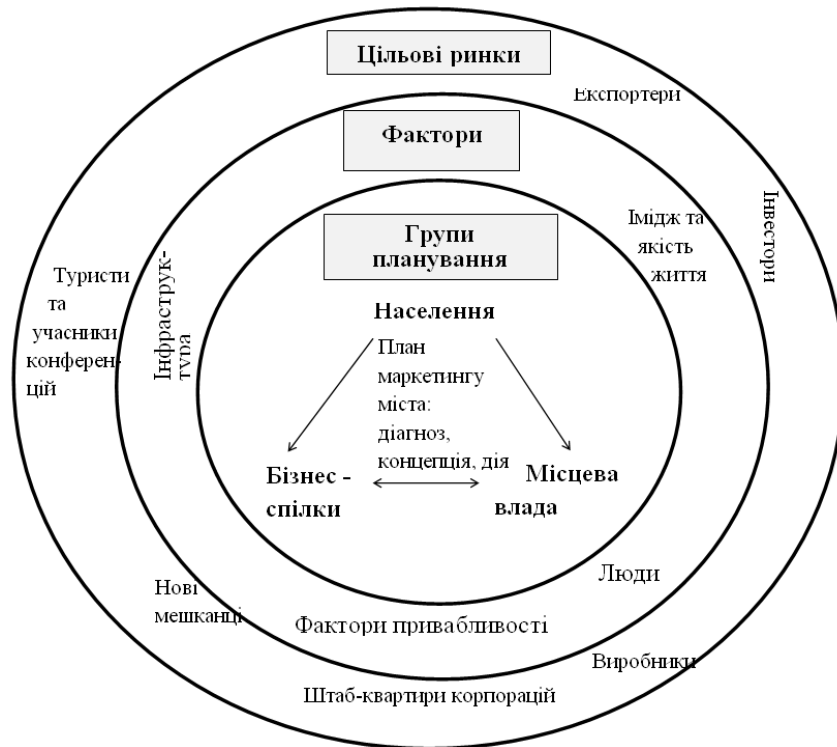


Рис .1. Рівні маркетингу територій

В 1960 році американський архітектор-урбаніст Кевін Лінч опублікував серію досліджень про сприйняття образу міста [5]. Результатом дослідження стало виділення найбільш стійких асоціацій, пов'язаних зі сприйняттям міста різними аудиторіями: місто-базар (місто, яке дає можливість реалізувати ринкові можливості, відкривати нові шляхи до самореалізації); місто-джунглі (місто, де йде постійна боротьба за виживання); місто-організм (місто, яке являє собою важливу частину складної системи соціально-економічної життєдіяльності суспільства і складає з ним єдиний організм); місто-машина (розвиток міста залежить від інтересів правлячих еліт, вигоди окремих груп населення) [6, с. 358].

Наразі велика кількість міст, відчувши економічну конкуренцію, починають створювати нові маркетингові стратегії для підтримки життєздатності та привабливості територій. Зростає популярність створення тематичних міст, іміджеві стратегії яких було складено як історично, так й свідомо. Так, Зальцбург – місто Моцарта, Стратфорд – місто Шекспіра, Амстердам – місто Ван Гога, Копенгаген – місто Андерсона. Широковідомими стають образи гірськолижних (Куршавель, Закопане), торгових (ГанOVER), винних (Бордо), сирних (Гауда), кінофестивальних (Канни), університетських (Оксфорд), ігрових (Монте-Карло), релігійних (Ватикан) тощо [7]. Крім того, існує ряд міст, у яких організація знакових культурних подій є не просто інструментом маркетингу міста, а самою ідеєю міського бренду. Так, Р. Палмер назвав відповідні міста «подієвими», до яких себе відносять Мельбурн (Австралія), позиціонуючи себе як «світове місце подій», Авіньйон (Франція) із головною ідеєю бренду «Авіньйон – нескінчене шоу!». В останні 10-15 років значного успіху у формуванні міського бренду досягли міста, які зробили маркетинговий акцент на будівництво одного інфраструктурного проекту, навколо якого потім вибудовувалася ідентичність міста. Таким проектом став, наприклад, музей сучасного мистецтва Гугенхайма, побудований в іспанському місті Більбао. Поява музею в 1997 році змінила імідж міста на сучасний, культурний, енергійний та креативний.

На сьогоднішній день, бренд міста є одним з найбільш стійких, оскільки в меншій мірі схильний до політичних і економічних ризиків. Наприклад, корпоративні бренди прикладають багато зусиль для того, щоб отримати статус загальнонаціональних та швидше застарівають. Бренди країн часто асоціюються з їх урядами і схильні до великих змін в результаті тієї чи іншої політичної ситуації. В свою чергу, бренди міст, таких міст як Нью-Йорк (діловий і культурний центр) і Сан-Франциско (мультинаціональний культурний центр), в світі є сильнішими та більш позитивними, ніж бренд США в цілому [6, с. 359].

Брендинг територій – це стратегія підвищення конкурентоспроможності географічних зон з метою завоювання зовнішніх ринків, залучення інвесторів, туристів, нових жителів і кваліфікованих мігрантів. Для створення ефективного бренду країни або міста необхідно виділити пріоритетний напрям та відтворити маркетингову стратегію відповідно до нього.

Світова практика брендингу країн свідчить про активне використання традиційних технологій: створення візуальних образів, формулювання слоганів, виробництво сувенірної продукції, а також неординарних заходів: залучення відомих співаків на державні посади з метою активної популяризації країни, здача князівства в оренду з можливістю стати тимчасовим повноправним господарем території, організація неординарних подій, тематичне зонування території з ціллю задоволення потреб різних цільових аудиторій, проведення аналогій зі схожими територіями та переймання їх іміджу тощо.

Перша спроба покращення національного іміджу України мала місце у 2005 році. Тоді відбувся тендер з метою створення державного бренду, який виграла компанія Konglomerat. Надалі у 2007 році Державна служба туризму і курортів при Міністерстві культури вирішила просувати туристичний бренд «сніжні зими» під слоганом «Україна. Для любителів снігу» [8, 9]. Цілеспрямована програма державного брендингу в Україні було розпочато у 2010 році при підготовці до Чемпіонату Європи з футболу 2012 року. Створення іміджу та бренду країни було покладено на Міністерство закордонних справ України. Так, 24 березня 2011 року відбулась презентація Стратегії позиціонування України за кордоном. Головне гасло кампанії – «Україна – відкритість», що позиціонує Україну як державу, відкриту до реформ, розвитку туризму, готовності брати участь у глобальних процесах, до інвестування. Логотип розроблений для загально-презентаційних цілей представляє собою зображення, що символізує швидкий, динамічний рух України вперед – з вірністю традиціям, з відповідністю духу і вимогам часу. Логотип складається з кількох взаємопов'язаних частин: напису «UKRAINE», а також слогану, який заявляє про вектор руху України у світовому просторі, про курс на стрімке зростання. В основу розробленого бренду України маркетологи заклали найбільш притаманну українцям рису — відкритість, та пояснили її схемою цінностей населення країни. Центральним системоутворюючим елементом усіх проектів і інформаційних кампаній брендингової стратегії України є концепція «Ukraine. All about U», яка українською мовою перекладається, як «Україна. Все про тебе, все про Україну». Комплекс заходів у рамках концепції «Ukraine. All about U» структуровано за таким принципом: інформація в першій хвилі проектів спрямована на загальне представлення України світові – «Switch on Ukraine» (туристичні можливості, інвестиційна привабливість і т.д.), в той час, як програми та акції другої хвилі носять більш конкретний характер (етнотуризм, інвестиції в конкретні галузі та національні проекти, тощо), що виражається слоганом «Ukraine. Moving in the fast lane».

Метою «Ukraine. All about U» – є демонстрація потужного інвестиційного і туристичного потенціалу України за допомогою відеороликів та слогану. Основна ж спрямованість «Ukraine. Moving in the fast lane» – інвестиційний імідж. Цей слоган має бути закріплений за Україною в якості демонстрації її становлення на шляху динамічних перетворень, покращення інвестиційного клімату [10, 11].

Необхідно зауважити, що на сьогодні Україна вже має усталений, укорінений, цілком сформований імідж у Європі й світі загалом, який характеризував її як, бідну, розділену, корумповану країну з гарними легкодоступними жінками, політичною опозицією за ґратами, змарнованою Помаранчевою революцією [12].

Виявлені проблемні поля бренду України ще раз підтвердили той факт, що побудова цілісної маркетингової стратегії країни – це не тільки створення візуальних рішень бренду, розробка слогану та PR-заходів, а комплексна взаємопов'язана робота усіх сфер функціонування держави. Для України сьогодні першочерговим завданням – є налагодження ситуації всередині країни, прийняття необхідних реформ та змін, подальше їх вдосконалення та висвітлення у засобах масової інформації.

Іншим недоліком створеного бренду «Україна» є відсутність компоненту, спрямованого на внутрішню комунікацію. Представляти країну на практиці доведеться людям, які неготові презентувати країну як єдиний образ, адже не враховано власні уявлення українців про самих себе [8].

Задля формування ефективної маркетингової стратегії та успішного ребрендингу країни рекомендується:

1. Реформувати або вдосконалити проблемні галузі державного функціонування з урахуванням глобалізаційних процесів, швидкої трансформації ринкового простору та світових тенденцій в цілому.

2. Визначити пріоритетний напрям розвитку держави та ключові конкурентні переваги. В рамках національного брендингу, доцільним вважатись зосередження на одній або двох ключових ознаках, з якими країна та громадяни хотіли би асоціюватись. Потім слід цілеспрямовано просувати ці ознаки або особливості за рахунок всіх інших, і використовувати такі події, як Євро-2012, для зміцнення їх при кожній нагоді.

3. Необхідно розробити чітке уявлення про ідентичність країни, починаючи з логотипу та позиціонування до чітких цінностей. При формуванні маркетингової стратегії в Україні потрібно систематизувати державу як бренд та забезпечити її функціонування у відповідності до обіцянок бренду.

4. Сила бренду країни вимірюється за рівнем поінформованості, щодо країни. Тому наступним кроком рекомендується розробити чітку комунікаційну стратегію, яка б була направлена не тільки на міжнародне співтовариства, а й на людей, що мешкають в Україні.

5. В рамках комунікаційної політики, націленої за межі держави, рекомендується застосовувати рекламно-інформаційні ролики, які б, насамперед, презентували позитивні зміни в країні, спростовували сформовані негативні асоціації та вигідно представляли національний бренд України.



**Висновки.** Сьогодні національний брендинг України має поверхневий та нерегулярний характер, тому що відсутній комплексний підхід до створення бренду, а маркетингові заходи застосовуються лише за необхідністю. Україна потребує повноцінного ребрендингу країни, з урахуванням усіх проблемних питань та загальної ситуації в державі, зокрема політичної, економічної, правової, соціо-культурної тощо. Використовуючи досвід брендингу інших держав при створенні маркетингової стратегії України, необхідно проаналізувати причини успіху цих кампаній з більш глибокої перспективи, що, в свою чергу, допомогло б сформувати потужний бренд та цілісну маркетингову стратегію держави.

Вважається, що головним завданням в процесі маркетингу України – є не заохочувальні рекламні програми, а реформування системи та висвітлення в засобах масової інформації застосованих заходів з подолання недоліків, що формують негативний образ держави в очах європейської громади.

### Література

1. Панкрухин А. П. Маркетинг: Підручник – 3-е изд. – М.: Омега-Л, 2005. – 656 с.
2. Сачук Т. В. Территориальный маркетинг: Навч. посіб – СПб.: Питер, 2009. – 368 с.
3. Котлер Ф. Гостеприимство и туризм / Котлер Ф., Боуэн Дж., Мейкенз Дж. Маркетинг. - М.: ЮНИТИ, 1998. – 787 с.
4. Шевченко О. В. PR–технології в міжнародних відносинах (європейський досвід та перспективи України): Монографія. / Шевченко О. В. – К.: Центр вільної преси, 2003. –187 с.
5. Lynch, K., The Image of the City, MIT Press, - 1960. – 194 с.
6. Хамідова О.М. Імідж міста / О.М. Хамідова, І.А. Бугайова // Вчені записки ТНУ. Серія: Економіка та управління. – 2009. – Т. 22 (61), No 2. – С. 357-365.
7. Галумов Э.А. Имидж против имиджа: [Монография] / Галумов Э.А. – М.: Известия, 2005. – 552 с.
8. Bezpiatchuk Z. Branding Ukraine: Lip-Synching a Happy Tune [Електрон. ресурс]. – Режим доступу: URL: <http://ukrainianweek.com/Society/38090>
9. Нагорняк Т.Л. Країна як бренд. Національний бренд «Україна» // Стратегічні пріоритети. – 2008. – No4(9). – С. 220-226.
10. Бренд “Україна” - Вступ [Електрон. ресурс]. – Режим доступу: URL: <http://brandukraine.org/u/>
11. Бренд “Україна” – Візуальні рішення [Електрон. ресурс]. – Режим доступу: URL: <http://brandukraine.org/a/>
12. Люльчак З. С. Національний бренд та брендинг у контексті міжнародних подій / З. С. Люльчак, А. А. Ліпенцев, Ю. І. Галушчак // Логістика : [збірник наукових праць] / відповідальний редактор Є. В. Крикавський. - Львів : Видавництво Львівської політехніки, 2012. – С. 127–136.

### References

1. Pankruhyn A. P. Marketynh: Pidruchnyk – 3-e yzd. – М.: Omeha-L, 2005. – 656 s.
2. Sachuk T. V. Terrytoryalni marketynh: Navch. posib – SPb.: Pyter, 2009. – 368 s.
3. Kotler F. Hostepriymstvo y turyzm / Kotler F., Bouen Dzh., Meikenz Dzh. Marketynh. - М.: YuNYTY, 1998. – 787 s.
4. Shevchenko O. V. PR–tekhnohii v mizhnarodnykh vidnosynakh (yevropeiskyi dosvid ta perspektyvy Ukrainy): Monohrafiia. / Shevchenko O. V. – К.: Tsentri vilnoi presy, 2003. –187 s.
5. Lynch, K., The Image of the City, MIT Press, - 1960. – 194 s.
6. Khamidova O.M. Imidzh mista / O.M. Khamidova, I.A. Buhayova // Vcheni zapysky TNU. Serii: Ekonomika ta upravlinnia. – 2009. – Т. 22 (61), No 2. – S. 357-365.
7. Halumov Э.А. Ymydzh protyv ymydza: [Monohrafiya] / Halumov Э.А. – М.: Yzvestiya, 2005. – 552 s.
8. Bezpiatchuk Z. Branding Ukraine: Lip-Synching a Happy Tune [Електрон. ресурс]. – Режим доступу: URL: <http://ukrainianweek.com/Society/38090>
9. Nahorniak T.L. Kraina yak brend. Natsionalnyi brend «Ukraina» // Stratehichni priorytety. – 2008. – No4(9). – S. 220-226.
10. Brend “Ukraina” - Vstup [Elektron. resurs]. – Rezhym dostupu: URL: <http://brandukraine.org/u/>
11. Brend “Ukraina” – Vizualni rishennia [Elektron. resurs]. – Rezhym dostupu: URL: <http://brandukraine.org/a/>
12. Liulchak Z. S. Natsionalnyi brend ta brendynh u konteksti mizhnarodnykh podii / Z. S. Liulchak, A. A. Lipentsev, Yu. I. Halushchak // Lohistyka : [zbirnyk naukovykh prats] / vidpovidalnyi redaktor Ye. V. Krykavskiy. - Lviv : Vydavnytstvo Lvivskoi politekhniki, 2012. – S. 127–136.

Надійшла 12.09.2013; статтю представляє д. е. н. Хамініч С. Ю.

## ЗАРУБІЖНИЙ ДОСВІД ЗАСТОСУВАННЯ ЛОГІСТИЧНОГО ПІДХОДУ ПРИ ПЛАНУВАННІ РОБОТИ ЗАЛІЗНИЧНОГО ТРАНСПОРТУ

*У статті досліджується застосування інформаційних систем і програмних комплексів різноманітних баз даних в логістичній сфері на залізничному транспорті США, Канади, Японії і деяких країн Європи і виявлено позитивні наслідки проведення таких нововведень з метою використання наявного досвіду на підприємствах Укрзалізниці.*

*Ключові слова: логістика, залізничний транспорт, інформаційні системи, логістичний підхід.*

A. V. SHEVCHENKO

Ukrainian State Academy of Railway Transport, Kharkov, Ukraine

## FOREIGN EXPERIENCE OF USING A LOGISTIC APPROACH IN THE PLANNING OF RAIL

*This article examines the use of information systems and program set different databases in the logistics field of the railways abroad. We consider the positive results of such innovations for the use of cash experience in enterprises Ukrzaliznytsya. With the reform of the railway sector is due to loss of efficiency and quality of transportation. In order to minimize the cost of transportation of goods, to provide high quality service and efficiency of transport operations which can satisfy the consumer, to use logistic approach from the start of the process of cargo that is from the transportation planning process requires the use of many information systems and software packages of various databases, timely information about market fluctuations and other necessary information for analysis, planning and support for the decisions taken. The current stage of development described as dynamic information developing and needing constant timely updates and upgrades, so the study of foreign experience and bringing advanced innovations which in practice proved to be effective. This is one of the important tasks of railway industry. One such excellence is a logistic approach in the planning of railway units that have not yet received the embodiment of the railways of Ukraine, which has significantly improved the result of a separate entity and not the entire rail-on-one before by optimizing various operations related as the transport of goods, and with additional work.*

*Keywords: logistics, rail transport, information systems, logistics approach.*

### Постановка проблеми

В умовах реформування залізничної галузі обумовлено зниження ефективності і якості вантажних перевезень. Для того, щоб мінімізувати витрати на перевезення вантажів, забезпечити високу якість обслуговування та ефективність транспортних операцій, які зможуть задовольнити споживача, необхідно застосування логістичного підходу з самого початку процесу перевезення вантажів, тобто починаючи з процесу планування перевезення необхідно використання багатьох інформаційних систем і програмних комплексів різноманітних баз даних, оперативної інформації о ринкових коливаннях та іншої необхідної інформації для аналізу, планування та підтримки прийнятих рішень.

### Аналіз досліджень і публікацій та актуальність теми дослідження

Проблеми інформатизації логістичної сфери та необхідність застосування в транспортній логістиці інформаційних систем давно цікавлять закордонних та вітчизняних вчених.

Питанням застосування інформаційних систем в логістиці приділяли увагу такі російські вчені, як В.А. Гапанович, А.А. Грачев, Л.П. Тулупов та інші [1,2]. Розроблено механізм складання планів продажу, виробництва і закупівель із застосуванням нової інформаційної системи управління виробничим підприємством ERP-класу «1С: Предприятие 8» Р.В. Серишевим [3].

Вивченню питань щодо створення і оновлення логістичних систем, інтегрування ланок логістичних ланцюгів, напрямлень розвитку і майбутнього логістичних систем присвячені роботи Доналда Дж. Буеросокса, Дейвіда Дж. Клосса, Дж. Джонсонса, Д. Вуда, Ф. Вордлоу, Ч. Сковронека, З. Саркуш-Вольського та інших [4–6].

Питаннями управління складським і транспортним господарствами логістичних систем за допомогою сучасних інформаційних технологій займався В.В. Нікіфоров [7].

### Мета статті

Комплексне дослідження зарубіжного досвіду інформатизації логістичної сфери залізничного транспорту та здійснення аналізу для виявлення позитивних та негативних наслідків від нововведень.

### Викладання основного матеріалу

Майже в усіх розвинутих країнах світу важливим напрямленням удосконалення роботи залізничного транспорту є розробка науково обґрунтованих методів управління в яких відображається функціонування як відокремлених залізничних компаній, так і залізничного транспорту в цілому.

Федеральна залізнична адміністрація США сумісно з компанією Міссурі Пасіфік розробили типову інформаційно-керуючу систему для залізниць США. Вони визначили заходи, які направлені на удосконалення методів оперативного управління вантажними перевезеннями на основі використання

інформаційно-керуючих систем. Розроблена компанією Міссурі Пасіфік система "Transportation Control System" (TCS) була прийнята базовою. Її особливістю є здійснення простеження перевезень на протязі всього маршруту від пункту завантаження до пункту вивантаження. Унікальність системи TCS полягає в тому, що її технологічне, інформаційне і програмне забезпечення дозволили прийняти її в якості типової для впровадження на більшості залізниць США. В рамках цієї системи передбачені заходи щодо покращення якісних показників обслуговування клієнтів і підвищення конкурентоспроможності залізничного транспорту в порівнянні з іншими видами транспорту [8].

Майже усі великі інформаційні системи поточного обліку розміщення і стану парків рухомого складу та оперативного управління експлуатаційною роботою на залізничному транспорті США застосовують потужні обчислювальні комплекси зі створеними на їх основі системами переробки даних. Цьому сприяло наявність в усіх великих компаній розгалужених мереж передачі інформації, які пов'язують усі великі вантажні і сортувальні станції, депо, транспортні контори і т.д. з управлінням компанії [1].

На державних залізницях Італії створена централізована система обліку вагонного парку. Система дає свідчення в будь-який час про розміщення транспортних засобів по всій мережі залізниць, про число і типи вагонів на кожній станції та на кожному відділенні дороги, а також про состави і напрямлення слідування усіх поїздів. Головною метою такої системи є забезпечення більш ефективного використання рухомого складу [9].

Система складається з обчислюваного центру, мережі передачі даних та приблизно 400 периферійних пристроїв, які розміщені на станціях і в офісах. Система враховує для кожного вагону наступні операції: прибуття на станцію, подачу під вивантаження, передачу інформації вантажоодержувачу, закінчення вивантаження, подачу під навантаження, кінець навантаження, відправлення зі станції, характеристики вантажу, який перевозиться, розмітку у зв'язку з технічною чи іншою несправністю, подачу в ремонт, передачу іншим залізницям, прийняття з інших доріг.

Основні системи для контролю і управління рухом поїздів на головних лініях та вузлових станціях італійських державних залізниць можливо розділити на 2 категорії: інформаційні системи і системи диспетчерського контролю та управління [10].

Національне суспільство французьких залізниць використовує ЕОМ для управління як окремими процесами, так і транспортом в цілому. Приймаються рішення по наступним питанням: вибір напрямлення і програми застосування інформатики в рамках залізниць, розглядаються пропозиції по механізації та автоматизації процесів, вибір основного обладнання системи.

Функції другого рівня (служби інформатики) полягають у розробці програм автоматизації, теоретичних і спеціальних досліджень по автоматизації, укладення відповідних договорів, управління експлуатацією відповідного обладнання, підготовка спеціалістів по інформаційним системам. Здійснюється також пряме управління багатоцільовими інформаційними центрами та інформаційною мережею.

На третьому рівні знаходяться інформаційні центри, оснащені електронним обчислювальним обладнанням. Розрізняють три типи інформаційних центрів: багатоцільові, спеціалізовані та регіональні [1].

На залізницях Великобританії діє інформаційно-керуюча система TOPS. В системі нумерації передбачено універсальне кодування вагонів, які належать різним промисловим та транспортним компаніям, при цьому літерний шифр вагона указує лише його тип, конструктивні особливості, але не вміщує в себе інформації про власника вагону. Включення пасажирських, багажних та службових вагонів в єдину систему нумерації спрощує процес формування поїздів, управління роботою сортувальних станцій у випадках, коли перераховані вагони слідують у вантажних поїздах [2].

На залізничному транспорті Німеччини головною особливістю створення інтегрованої системи управління залізничним транспортом є відмова від використання кожної прикладної задачі або функціональної підсистеми індивідуального масиву даних. Створюється єдиний банк даних, який повинен вміщати інформацію, яка характеризує цілий полігон [11].

В Японії основа автоматизованої системи є обробка інформації стосовно всіх підгалузей залізничного транспорту: рух поїздів, рухомий склад, колій, споруд, енергопостачання, штату, фінансів, обліку, матеріально-технічного оснащення. За допомогою даних аналізу такої системи встановлено, що поліпшується взаємодія поміж даними підгалузями, накопичуються та аналізуються свідчення за довгий відрізок часу [9].

Головне направлення науково-технічного прогресу на закордонних залізницях розвинутих країн прийнято створення комплексних машинкеруючих систем, які забезпечують оптимізацію управління перевізним процесом на крупних залізничних полігонах. Створюються ці системи в Європі, США, Канаді та Японії на базі автоматизованих систем оперативного управління перевезеннями (АСОУП). Технічний рівень АСОУП в країнах різний, хоча цілі, головні задачі та кінцеві функції цих систем ідентичні, а розробка і розвиток здійснюється за узгодженими вимогами.

На залізницях США, Великобританії, Італії, Канади, Франції, Німеччини, Швейцарії, Швеції, Японії діють АСОУП третього покоління. Вони характеризуються: наявністю апаратури автоматичного фіксування подій, працюючих в реальному часі, контролю за місцезнаходженням та станом поїздів, локомотивів, а іноді і вагонів та вантажів, масовим використанням персональних ЕОМ діючих для створення автоматизованих робочих місць робітників, які пов'язані з організацією перевізного процесу.

В США, Італії та Японії створюються «експертні» самоосвітні системи, які застосовуються для розробки варіантів приймання рішень при оперативній корекції графіків руху поїздів, регулювання подачі порожніх вагонів, діагностиці вагонів, локомотивів та окремих пристроїв тягових підстанцій [11].

Для виробітки загальної стратегії, з метою створення к 2020 р. європейської залізничної системи, зокрема операторів залізниць та акціонерів залізничних підприємств були підключені: Міжнародний союз залізниць (UIR), Суспільство європейських залізниць (CER), Міжнародний союз суспільного транспорту (IUPT), Союз європейської залізничної промисловості (UNIFE).

В підписаному спільно цими організаціями документі були представлені наступні задачі:

- підвищити частку залізничного транспорту в загальному об'ємі вантажних перевезень з 8 до 15%, а пасажирських перевезень – з 6 до 10%;
- збільшити в 3 рази продуктивність праці на залізничному транспорті;
- збільшити провізну спроможність залізниць у співвідношенні з потребами;
- скоротити на 50% викиди речовин, які забруднюють атмосферу;
- підвищити на 50% ефективність енергоспоживання.

Головним критерієм техніко-економічної ефективності систем вважається економія поточних витрат і підвищення прибутку. Найбільший ефект від впровадження ЕОМ очікується при вирішенні задач оперативного управління перевезеннями за рахунок прискорення та оптимізації рішень, підвищення рівня професійної підготовки персоналу, скорочення ручної праці, термінів виконання розрахунків, переходу до безпаперових технологій, раціональної концентрації диспетчерського персоналу, підвищення загальної якості експлуатаційної роботи і рівня обслуговування клієнтів [1].

### Висновки

Українські залізниці доволі багато приділяють уваги питанням інформатизації і оптимізації основаних на принципах логістики на всіх напрямках своєї діяльності. Застосування сучасного обладнання, новітніх автоматизованих передових систем, систем збору, передачі і зберігання інформації значно покращують показники роботи всієї галузі, однак на сьогодні автоматизація Укрзалізниці ще не досягла рівня розвинутих країн Європи, Америки і Азії. Сучасний етап розвитку інформатизації характеризується як такий, що динамічно розвивається і потребує постійного своєчасного оновлення та модернізації, тому вивчення зарубіжного досвіду і залучення передових нововтілень, які на практиці доказали свою ефективність. Це одна з важливих задач розвитку залізничної галузі.

Один з таких передових досвідів, є логістичний підхід в процесі планування роботи підрозділів залізничного транспорту, що досі не отримав втілення на залізницях України, який має значно покращити результат роботи не окремого підрозділу, а всієї залізниці насамперед за рахунок оптимізації виконання різних операцій пов'язаних як з перевезенням вантажів, так і з виконанням додаткової роботи.

### Література

1. Системы автоматизации и информационные технологии управления перевозками на железных дорогах : учебник для вузов ж.-д. транспорта / [В.А. Гапанович, А.А. Грачев, Г.М. Грошева и др.] ; под ред. В.И. Ковалева, А.Т. Осьминина, Г.М. Грошева. – М. : Маршрут, 2006. – 544 с.
2. Управление и информационные технологии на железнодорожном транспорте / [Л.П. Тулупов, Э.К. Лецкий, И.Н. Шапкин, А.И. Самохвалов]. – М. : Маршрут, 2005. – 467 с.
3. Серышев Р.В. Организационно-экономический механизм логистической координации снабженческой деятельности промышленного предприятия: диссертация на соискание ученой степени канд. эконом. наук : спец. 08.00.05 "Экономика и управление народным хозяйством" / Р.В. Серышев. – М., 2004. – 210 с.
4. Сковронек Ч. Логистика на предприятии / Ч. Сковронек, З. Саркуш-Вольский. – М. : Финансы и статистика, 2004. – 396 с.
5. Бауэросокс Д. Дж. Логистика: Интегрированная цепь поставок / Д. Дж. Бауэросокс, Д. Дж. Клосс. – М. : ЗАО Олимп-Бизнес, 2008. – 640 с.
6. Современная логистика / [Дж. Джонсон, Д. Вуд, Ф. Вордлоу, П. Р. Мэрфи-мл.]. – М. : Издательский Дом «Вильямс», 2002. – 624 с.
7. Никифоров В.В. Логистика. Транспорт и склад в цепи поставок / В.В. Никифоров. – М. : ГроссМедиа, 2008. – 192 с.
8. Watson R. Railway scheduling // Handbook of transport systems and traffic control. – 2001. – P. 527–538.
9. Giannopoulos G.A. The application of information and communication technologies in transport // Journal of Transport Geography. – 2004, № 16. – P. 302–320.
10. Jeonga S., Leeb C., Bookbinder J. H. The European freight railway system as a hub-and-spoke network // Journal of Transport Geography. – 2007, № 41. – P. 523–536.
11. Hesse M., Rodrigue J. The transport geography of logistics and freight distribution // Journal of Transport Geography. – 2004, № 12. – P. 171–184.

## References

1. Sistemyi avtomatizatsii i informatsionnyie tehnologii upravleniya perevozkami na zheleznyih dorogah: uchebnik dlya vuzov zh.-d. transporta / [V.A. Gapanovich, A.A. Grachev, G.M. Grosheva i dr.]; pod red. V.I. Kovaleva, A.T. Osminina, G.M. Grosheva. – M.: Marshrut, 2006. – 544 s.[in Russian]
2. Upravlenie i informatsionnyie tehnologii na zheleznodorozhnom transporte / [L.P. Tulupov, E.K. Letskiy, I.N. Shapkin, A.I. Samohvalov]. – M.: Marshrut, 2005. – 467 s.[in Russian]
3. Seryishev R.V. Organizatsionno-ekonomicheskii mehanizm logisticheskoy koordinatsii snabzhencheskoy deyatelnosti promyshlennogo predpriyatiya: dissertatsiya na soiskanie uchenoy stepeni kand. ekonom. nauk : spets. 08.00.05 "Ekonomika i upravlenie narodnyim hozyaystvom" / R.V. Seryishev. – Moskva, 2004. – 210 s.[in Russian]
4. Skovronek Ch. Logistika na predpriyatii / Ch. Skovronek, Z. Sarkush-Volskiy. – Moskva: Finansyi i statistika, 2004. – 396 s.[in Russian]
5. Bauerosoks D. Dzh. Logistika: Integrirovannaya tsep postavok / D. Dzh. Bauerosoks, D. Dzh. Kloss. –M: ZAO OImp-Biznes, 2008. – 640 s.[in Russian]
6. Sovremennaya logistika / [Dzh. Dzhonsons, D. Vud, F. Vordlou, P. R. Merfi-ml.]. – M.: Izdatelskiy Dom «Vilyams», 2002. – 624 s.[in Russian]
7. Nikiforov V.V. Logistika. Transport i sklad v tsepi postavok / V.V. Nikiforov. – M.: GrossMedia, 2008. – 192 s.[in Russian]
8. Watson R. Railway scheduling // Handbook of transport systems and traffic control. – 2001. – P. 527–538.
9. Giannopoulos G.A. The application of information and communication technologies in transport // Journal of Transport Geography. – 2004, № 16. – P. 302–320.
10. Jeonga S., Leeb C., Bookbinderc J. H. The European freight railway system as a hub-and-spoke network // Journal of Transport Geography. – 2007, № 41. – P. 523–536.
11. Hesse M., Rodrigue J. The transport geography of logistics and freight distribution // Journal of Transport Geography. – 2004, № 12. – P. 171–184.

Надійшла 12.09.2013; рецензент: д. е. н. Якіменко Н. В.

УДК 658.8-043.86

I. V. YURKO, O. YU. USTYAN  
Полтавський університет економіки і торгівлі

## СОЦІАЛЬНІ ПЕРЕДУМОВИ ВИНИКНЕННЯ ТА ЕВОЛЮЦІЯ КОНЦЕПЦІЇ МАРКЕТИНГУ

*У статті проаналізовані соціальні передумови виникнення маркетингу та виявлені його характерні риси на сучасному етапі розвитку. В даній статті з'ясовано, що виникнення маркетингу обумовили глибокі зміни, які відбулися в суспільному житті внаслідок утвердження індустріального способу виробництва. Визначені найбільш суттєві фактори, що спливають на розвиток маркетингу на початку ХХІ століття. Сучасний стан маркетингової теорії характеризується відсутністю однієї загально визнаної пануючої концепції, натомість наявний ряд течій, які відображають різні погляди на сьогодення та майбутнє маркетингу.*

*Ключові слова:* маркетинг, еволюція маркетингу, концепція маркетингу, маркетинг стосунків, маркетинг послуг.

I. V. YURKO, A. YU. USTIAN  
Poltava University of Economics and Trade, Poltava, Ukraine

## SOCIAL PRECONDITIONS FOR MARKETING CONCEPTION'S ORIGIN AND EVOLUTION

*Main social preconditions for origin of marketing were analyzed in this article. Also the evolution of marketing was explored and identities of modern marketing were developed here. It is stated that origin of modern marketing was conditioned by great changes of social life that were stipulated by industrial revolution. The most important factors which influence on marketing development on the beginning of XXI century were determined. The current marketing theory is characterized by the absence of well-defined leading marketing conception. Instead there are some different points of view on modern state and future of marketing.*

*Key words:* marketing, evolution of marketing, marketing conception, relationship marketing, service marketing.

### Постановка задачі

Маркетинг як сучасний ефективний управлінський інструмент завдячує своїм виникненням і еволюцією змінам умов господарювання, породжених глибокими зрушеннями в суспільстві. Саме тому дослідження найбільш сильних факторів, що впливають на розвиток маркетингу є важливим напрямом маркетингової науки, актуальність якого зумовлюється можливістю використання виявлених причинно-наслідкових зв'язків в процесі прогнозування подальшого розвитку маркетингу.

### Аналіз досліджень та публікацій

Еволюція маркетингу є предметом дослідження багатьох вітчизняних та іноземних науковців, зокрема серед іноземних дослідників варто виділити здобутки Ф.Котлера, В. Руделіуса, Н. Кляйна, Аж. Блайта, М. Мескона, Е. П. Голубкова Р. Уфимцева., серед вітчизняних С.С. Гаркавенко, С.М. Ілляшенка, Н.В. Бутенко, Л.В. Балабанової, П.Г. Хоменко, С.В.Близнюка, І.В. Лилик, та інших. Не зважаючи на значну увагу, яку приділяють науковці даному питанню, його багатогранність, складність, та різноманіття

взаємообумовлюючих зв'язків не знімає актуальність даної наукової проблеми.

### **Виділення невирішених частин**

Динамічний характер змін сучасного суспільства, широта сфер застосування маркетингу, відсутність загально визнаної домінуючої загальноприйнятої концепції та плюралізм поглядів стосовно сучасної сутності та інструментарію маркетингу обумовлюють відсутність цілісного бачення еволюції маркетингу та головних соціальних чинників, що визначають його розвиток.

### **Формулювання цілей**

Метою даної статті є аналіз соціальних передумов виникнення маркетингу, дослідження еволюції маркетингу, виявлення характерних рис на сучасному етапі та прогноз його розвитку в майбутньому.

### **Виклад основного матеріалу дослідження**

Говорячи про генезис маркетингу, варто зазначити, що якщо відкинути сучасне трактування цих понять, то можна стверджувати, що воно виникло значно раніше, ніж прийнято вважати. Поява виду діяльності, суть якого тотожна в загальних аспектах із суттю маркетингу характерна для самого зародження товарної ринкової економіки. Тобто, відлік історії "праотців" цих понять доцільно вести з історії Стародавнього Світу. Поява перших засобів підвищення ефективності комерційної діяльності ознаменувала перехід від натурального господарства до першої товарної економіки. Дослідники історії маркетингу та реклами наводять докази, що перші зображення рекламного змісту з'явилися у Стародавньому Єгипті, а першими промоутерами були глашатаї [1, с. 9]. Комерсанти усіх епох постійно шукали і створювали нові прийоми впливу на споживачів, з метою збільшення обсягів реалізації. Ці прийоми являли собою своєрідні правила успішної торгівлі або секрети комерційного успіху та виражали емпіричний досвід купців. Подібні методи є прототипами таких сучасних маркетингових інструментів, як реклама, персональний продаж, маркування, брендинг, фірмовий стиль, цінова політика, формування каналів розподілу. З подібним підходом важко не погодитися, хоча з іншого боку рівень технічної та економічної обґрунтованості таких комерційних інструментів попередників-маркетингу важко порівнювати з сучасними.

Виникає логічне питання: чому дані поняття досягли свого сучасного значення і впливу лише в двадцятому столітті. Відповідь наступна: характерні особливості епохи доіндустріального суспільства не сприяли швидкому розвитку даних понять та видів діяльності. Чому ж виникнення даних понять і видів діяльності стало можливим в індустріальному суспільстві?

Ключовою якісною особливістю даного типу суспільства є поява та розвиток промисловості, як базової галузі економіки. Подібне переформатування економіки спричинило глибокі зміни в багатьох сферах суспільного життя, що дозволило говорити про перехід суспільства на новий етап розвитку. Промислові масштаби виробництва спричинили різке підвищення продуктивності праці та зниження собівартості товарної продукції. Можливо, вперше за історію людства з'явилися кризи перевиробництва, адже товарів вироблялося більше, ніж була наявна потреба в них. Говорячи мовою політичної економії, сукупна пропозиція значно перевищувала платоспроможний попит. В даних умовах підприємці вперше стикнулися з поняттям "затоварювання". Сфера торгівлі перетворилась на самостійну галузь економіки. Натуральна економіка залишилась лише у віддалених сільських районах, натомість товарно-грошові відносини значно розширили сферу свого поширення.

Важливим явищем, яке принесла з собою індустріалізація суспільства, науковці вважають концентрацію капіталу у власності невеликої групи людей. Промисловість дозволила своїм власникам накопичити небачені до цього в історії суспільства капітали. Новітня промислова олігархія вкладала отримані надприбутки в подальший розвиток підприємств, що в умовах відсутності ринку капіталу на той час, спричинило монополізацію ряду галузей економіки. З часом потужні підприємства давно вийшли за кордони своїх держав і перетворились на транснаціональні корпорації, для яких весь світ – ринок для збуту їхніх товарів, офіс та сировинна база.

Дослідники історії маркетингу стверджують, що слово "маркетинг" з'явилося у Сполучених Штатах Америки на рубежі XIX-XXст. і набуло значення оволодіння ринком (англ. - market getting, пізніше скорочення marketing) [2, с. 8]. Варто зазначити, що поширення маркетингу в різних галузях економіки відбувалось вкрай нерівномірно, зокрема піонерами у застосуванні маркетингу були компанії-виробники споживчих товарів. Згодом маркетинг почали застосовувати виробники споживчих товарів тривалого використання і виробники промислового обладнання. З часом до них долучились компанії-виробники товарів промислового призначення (сталеварні, хімічні, целюлозно-паперові) та компанії сфери послуг (авіакомпанії і банки) [3].

Подальша еволюція даного поняття відбувалась під впливом ускладнення умов господарювання в США, викликаних кризою перевиробництва та поступовим формуванням "ринків покупців" в ряді галузей економіки. З часом термін "маркетинг" набув тісний зв'язок з ідеєю задоволення потреб покупців, яка стала основоположною концепцією в маркетинговій теорії. На сьогоднішній день доцільно розглядати маркетинг з кількох точок зору:

- як наукову дисципліну;
- як одну з базових функцій управління підприємством;
- як самостійний вид підприємницької діяльності;

– як філософію сучасного бізнесу.

Не зважаючи на відносну молодість даного поняття, маркетинг встиг пройти значний еволюційний шлях з моменту своєї появи. Постійні зміни умов господарювання викликають відповідні зміни в самому значенні даного терміну, його функцій та ролі на мікро- та макрорівнях, домінуючих концепціях та методологічному інструментарії. На сьогодні в літературі налічується понад дві тисячі визначень маркетингу, які в цілому характеризуються спільною ключовою ідеєю, але сильно відрізняються за окремими смисловими відтінками. При цьому маркетингові дефініції є дуже динамічними, які змінюються під впливом сучасних тенденцій суспільного життя. В останніх визначеннях переважають терміни, пов'язані з притягненням, утриманням та нарощуванням кількості споживачів на основі задоволення їх потреб та створенням у них упевненості, що вони є найвищою цінністю для компанії.

З моменту появи маркетинг розвивається в інтенсивному та екстенсивному напрямі. Екстенсивний розвиток маркетингу відбувається шляхом розширення сфер використання маркетингу. Раніше об'єктами маркетингу вважали лише товари та послуги, натомість в наш час поле діяльності розширилося за рахунок таких сфер: досвід, власність, географічні місцевості, люди (егомаркетинг), інформація, організації (некомерційний маркетинг), ідеї [4]. Поступово формуються самостійні галузі маркетингу, які ставлять своїм завданням дослідження особливостей ведення маркетингової діяльності в кожній із сфер його застосування (маркетинг послуг, промисловий маркетинг, банківський маркетинг, івент-маркетинг).

Інтенсивний розвиток маркетингу відбувається за рахунок зміни пануючої концепції. Науковці виділяють кілька стадій розвитку маркетингу, яким відповідають пануючі на той час концепції (табл. 1).

Таблиця 1

## Розвиток маркетингових концепцій

| Період    | Назва концепції                      | Головна ідея   |
|-----------|--------------------------------------|--|
| 1860-1920 | Виробнича                            | Мінімізація собівартості товару дозволяє виграти у цінovій конкуренції.                      |
| 1920-1930 | Товарна                              | Виробляти кращий товар, який неодмінно досягне ринкового успіху.                             |
| 1930-1955 | Збутова                              | Максимізація збуту за рахунок агресивної політики просування.                                |
| 1955-1980 | Традиційна                           | Задовольнити потреби споживачів краще за конкурентів   |
| 1980-1995 | Соціально-етичний маркетинг          | Задоволення потреб клієнтів з одночасним врахуванням суспільних інтересів.                   |
| з 1995    | Маркетинг взаємовідносин (стосунків) | Орієнтація діяльності фірми на створення і підтримання довгострокових стосунків з клієнтами. |

На сьогодні вчені виділяють класичний (традиційний маркетинг), який є основою навчальних програм для спеціалістів в галузі маркетингу у всьому світі та, так званий, новий маркетинг, який являє собою сукупність незалежних концепцій, створених різними авторами (холістичний маркетинг, латеральний маркетинг, інтрамаркетинг, партизанський маркетинг, вірусний маркетинг, маркетинг рекомендацій, інтернет-маркетинг, маркетинг мереж та ін.).

Маркетинг є достатньо динамічною галуззю знань і постійно змінюється під впливом факторів макросередовища. Сучасна концепція перебуває під впливом наступних тенденцій:

– стрімкий розвиток інформаційних та комунікаційних технологій призводить до стирання географічних меж ринків та перенесення конкурентної боротьби на світовий рівень;

– зростає загальний рівень інтенсивності конкурентної боротьби (перевищення пропозиції над попитом на більшості ринків, закріплення домінуючого становища транснаціональних корпорацій на світовому ринку);

– ускладнюється ринкова поведінка споживачів (постійно ростуть вимоги до товарів і послуг, розвиваються традиційні моделі поведінки різних соціальних і вікових груп, унеможлиблюється прогнозування купівельної поведінки окремих індивідуумів на основі екстраполяції поведінки інших) [5];

– нівелюються класичні конкурентні переваги (новітні технології, висококваліфікований персонал, методи управління і просування однаково доступні всім потужним ринковим гравцям), що призводить до відсутності суттєвих відмінностей між наявними на ринку товарами та послугами, як результат - конкуренція переходить на емоційний рівень;

– скорочується життєвий цикл товарів і послуг з одночасним розмиванням меж між окремими товарними категоріями (поява товарів-гібридів, наприклад нові комп'ютери-трансформери є одночасно і планшетним комп'ютером і нетбуком);

– все більше ринків переходять у стадію гіперконкурентності, яка характеризується відсутністю суттєвих конкурентних переваг у будь-кого з ринкових гравців, що спричинює перехід конкуренції в емоційну сферу, коли споживчий вибір здійснюється на основі суб'єктивних особливостей сприйняття конкретних товарів або послуг [6].

Однією з провідних сучасних маркетингових концепцій є маркетинг взаємовідносин (стосунків).

Маркетинг взаємовідносин передбачає спрямованість маркетингової діяльності фірми на встановлення довгострокових, конструктивних, привілейованих стосунків з потенційними клієнтами [2, с.34]. Домінуюче становище даної концепції пояснюється тим фактом, що на сьогоднішній день, витрати на залучення нового клієнта в шість разів перевищують витрати на утримання наявного [7, с.171]. Також звернення до даної концепції пояснюється високим рівнем насиченості ринків розвинутих країн, що практично виключає можливості збільшення обсягів збуту за рахунок первинних споживачів. З іншого боку висока інтенсивність конкурентної боротьби призводить до прямого протистояння за кожного клієнта. Оскільки концепція взаємовідносин є відносно молодого, то наявне деяке різноманіття підходів щодо її трактування та арсеналу засобів, які вона включає. Втім дана полеміка не піддає сумніву головну ідею, а стосується окремих її аспектів. Маркетинг взаємовідносин включає наступні напрями діяльності:

- встановлення взаємовідносин з найбільш значущими цільовими групами;
- підтримання встановлених взаємовідносин і турбота про них;
- кількісне оцінювання ефективності взаємовідносин [7, с.174].

Важливим трендом в маркетинговій теорії та практиці є поступова відмова від сегментування, як базового принципу маркетингової діяльності. Причина цього явища полягає в наступному: під впливом культурних і соціальних чинників ринкова поведінка споживачів постійно ускладнюється, в ній перестають прослідковуватись стандартні моделі, які були характерними для окремих соціальних груп у минулому. Відмова не є повною та кардинальною, на деяких ринках сегментування залишається надзвичайно актуальним, але як універсальний інструмент воно більше не сприймається навіть класиками маркетингової теорії [8].

Виходячи із сучасної еволюції теорії та практики маркетингу, можна спрогнозувати основні тренди розвитку маркетингової концепції.

Філософія обслуговування маркетингових потреб стає домінуючою культурою у вдалих організаціях, тому вона в майбутньому буде розглядатися як «загальний бізнес», а маркетингові функції будуть виконувати всі працівники на підприємстві.

Інший тренд розвитку маркетингу пов'язаний з недовірою пересічного споживача сучасним маркетинговим засобом. Він ототожнює маркетинг з продажами, мистецтвом переконання і, до певної міри, з маніпулюванням: маркетологи нерідко продовжують робити перебільшені заяви про достоїнства і відмітні переваги продуктів, аби тільки підштовхнути клієнта до купівлі. Споживач краще налагоджений по відношенню один до одного, ніж до компаній, усе менше людей довіряють рекламі від самих компаній. В той же час віртуалізація суспільного життя призвела до бурхливого розвитку соціальних мереж. Розвиток соціальних медіа є просто відображенням зміщення довіри споживачів від компаній до інших споживачів. Маркетологи будуть все частіше звертатися до соціальних медіа. Будуть розроблятися системи, які надаватимуть аналітичні дані по соціальних медіа, давати відповіді на питання, звідки приходять і куди йдуть користувачі і як маркетингова активність в соціальних медіа впливатиме на бізнес. Розпочато розробку інтегрованих систем, які надаватимуть усі інструменти роботи з соціальними медіа в одному інтерфейсі.

Підвищення ролі маркетингу роздрібної торгівлі. Процес, який розпочався на початку тисячоріччя, буде розвиватися в найближчому майбутньому. Більше уваги приділятиметься так званим власним брендам ритейлерів. Вже сьогодні можна спостерігати зростання маркетингової влади ритейлерів. В майбутньому на роздрібному ринку протистояння ритейлерів і виробників посилиться.

#### **Висновки**

Проведене в даній роботі дослідження дозволяє дійти наступних висновків:

1. Відлік історії маркетингу варто вести задовго до появи класичного маркетингу, з часу появи перших методик підвищення комерційної ефективності господарювання.
2. Виникнення та еволюція класичного маркетингу є результатом фундаментальних змін, що мали і мають місце в людському суспільстві.
3. Маркетинг еволюціонує у двох напрямках: в екстенсивному, шляхом розширення сфери використання маркетингу, та в інтенсивному, шляхом зміни домінуючої концепції.
4. Пануюча на сьогодні маркетингова концепція – маркетинг взаємовідносин, пов'язує ринковий успіх підприємства напряму з його здатністю побудувати довгострокові взаємовигідні відносини зі споживачами.
5. Розвиток соціальних мереж вимагає від маркетологів розробки нових заходів просування товарів за допомогою соціальних медіа.

#### **Література**

1. Божкова В. В. Реклама та стимулювання збуту: Навчальний посібник / В. В. Божкова, Ю. М. Мельник. – К : Центр учбової літератури, 2009. – 200 с.
2. Гаркавенко С.С. Маркетинг / Гаркавенко С.С. – К. : Лібра, 2010. – 712 с.
3. Бухалков М.И. Современная концепция маркетинга, его функции / Бухалков М.И. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [http://www.marketing.spb.ru/lib-around/science/modern\\_marketing.htm](http://www.marketing.spb.ru/lib-around/science/modern_marketing.htm).



4. Голубков Е.П. Современные тенденции развития маркетинга / Голубков Е.П. // Маркетинг в России и за рубежом. – 2004. – №1 (39). – С. 3-18.
5. Лилик І. Мегатренди суспільного розвитку і маркетинг / Лилик І., Сайчук І. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://soskin.info/ea/2008/9-10/200803.html>.
6. Хоменко П.Г. Сучасні тенденції розвитку маркетингу / Хоменко П.Г. // Актуальні проблеми економіки. – 2009. – № 12 (102). –С. 123-133.
7. Бутенко Н.В. Маркетинг / Бутенко Н.В. – К. : Атіка, 2008. – 300 с.
8. Уфимцев Р. Интрамаркетинг / Р. Уфимцев [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.metaphor.ru/er/approach/overview.xml>.

#### References

1. Bozhkova V., Melnik Y.M. Reklama ta stimulyuvannya zbutu. Kiyiv, Tsentr uchbovoYi literaturi, 2009, 200p. [in Ukrainian]
2. Garkavenko S.S. Marketing. Kiyiv, Libra, 2010, 712p. [in Ukrainian]
3. Buhalkov M.I. Sovremennaya kontsepsiya marketinga, ego funktsii. Rezhim dostupu: [http://www.marketing.spb.ru/lib-around/science/modern\\_marketing.htm](http://www.marketing.spb.ru/lib-around/science/modern_marketing.htm). [in Russian]
4. Golubkov E.P. Sovremennyye tendentsii razvitiya marketinga, Marketing v Rossii I za rubezhom, 2004, No 1 (39), p. 3-18. [in Russian]
5. Lilik I., Saychuk I. Megatrendi syspil'nogo rozvitku i marketing. Rezhim dostupu: <http://soskin.info/ea/2008/9-10/200803.html>. [in Ukrainian]
6. Homenko P.G. Suchasni tendentsiyi rozvitku marketingu, Aktualni problemi ekonomiki, 2009, No 12 (102), p. 123-133. [in Ukrainian]
7. Butenko N.V. Marketing. Kiyiv, Atika, 2008, 300p. [in Ukrainian]
8. Ufimtsev R. Intramarketing. Rezhim dostupu: <http://www.metaphor.ru/er/approach/overview.xml>. [in Russian]

Надійшла 14.09.2013; рецензент: д. е. н. Шимановська-Діаніч Л. М.

## ПРІОРИТЕТИ РЕГІОНАЛЬНОЇ ЕКОНОМІЧНОЇ ПОЛІТИКИ. АНАЛІЗ РЕГІОНАЛЬНИХ І МІСЦЕВИХ РИНКІВ

УДК 351: 330.12

Б. П. ГАЛУШКО

Харківський науково-дослідний центр індустріальних проблем розвитку НАН України

### ВИЗНАЧЕННЯ ПРІОРИТЕТІВ ДЕРЖАВНОГО РЕГУЛЮВАННЯ ПАЛИВНО-ЕНЕРГЕТИЧНОГО КОМПЛЕКСУ РЕГІОНУ

*В роботі запропоновано схему визначення пріоритетів державного регулювання паливно-енергетичного комплексу регіону. В результаті аналізу рівня розвитку та функціонування паливно-енергетичного комплексу і рівня фінансового забезпечення розвитку регіону побудовано матрицю розміщення регіонів та обґрунтовано основні пріоритети державного регулювання паливно-енергетичного комплексу на регіональному рівні.*

*Ключові слова: паливно-енергетичний комплекс, державне регулювання паливно-енергетичного комплексу, інтегральний показник розвитку, матриця розміщення регіонів, пріоритети.*

B. P. GALUSHKO

Kharkov Research centre for industrial development problems of NAS Ukraine

### DEFINITION OF PRIORITIES OF STATE REGULATION OF THE FUEL AND ENERGY COMPLEX IN THE REGION

*The aim of the research is a theoretical and practical justification process prioritization of state regulation of the fuel and energy complex in the region. The scheme prioritization of state regulation of the fuel and energy complex in the region is proposed. The use of cluster analysis for determines the level of the development and functioning of the fuel and energy complex in the region is proposed. The level of financial support of the development of each region is defined by using taxonomic analysis. In the offered scheme important stage of prioritization of state regulation of the fuel and energy complex in the region is to build matrix placement regions. The main priorities of government regulation of the fuel and energy complex for each region are presented in the research considering implementation of the proposed stages. Thus, the proposed approach of the definition and justification of priorities of state regulation of the fuel and energy complex in the region allows timely and qualitatively implement the state policies regarding the functioning and development of fuel and energy complex in each region.*

*Keywords: fuel and energy complex, state regulation of the fuel and energy complex, integral indicator of development, matrix placement of regions, priorities.*

#### Вступ

Енерговитратність сучасних промислових підприємств, зростання цін на енергоносії, низький рівень реалізації державних та регіональних програм розвитку паливної промисловості та електроенергетики обумовлюють зменшення власних енергоресурсів та неефективне їх використання у кожному регіоні. Враховуючи останні тенденції зниження контролю над фінансовою складовою паливно-енергетичного комплексу (ПЕК) та його незадовільний рівень науково-технічного забезпечення, актуальним завданням сьогодення є визначення пріоритетів державного регулювання ПЕК для кожного конкретного регіону, що в результаті забезпечить ефективне функціонування ПЕК України.

Дослідженню питань державного регулювання паливно-енергетичного комплексу України присвячено праці вітчизняних вчених, серед яких В. Бакуменко [1], І. Галюк [2], О. Гізатулліна [3], Г. Дарнопих [4], О. Дейнека [5], П. Надолішний [1], А. Никифоров [6], С. Чистов [6], І. Чукаєва [7] тощо. З іншого боку, вивчення науково-практичних напрацювань дозволяє акцентувати увагу на неоднозначності деяких аспектів щодо питань регулювання ПЕК, одним з яких є відсутність єдиного підходу стосовно визначення головних пріоритетів державного регулювання ПЕК на регіональному рівні.

#### Постановка завдання

Тому метою даної статті є теоретико-практичне обґрунтування процесу визначення пріоритетів державного регулювання паливно-енергетичного комплексу регіону. Об'єкт: процеси державного регулювання ПЕК.

#### Результати дослідження

Розуміючи під пріоритетами державного регулювання ПЕК першочергові в даний момент конкретні положення функціонування та розвитку ПЕК у контексті регуляторної політики держави, які повинні бути науково обґрунтовані та законодавчо визначені з метою вдосконалення механізму державного регулювання ПЕК регіону, на рис. 1 представлена схема визначення пріоритетів державного регулювання ПЕК регіону.

Визначення рівня функціонування та розвитку ПЕК з використанням кластерного аналізу є першим етапом визначення пріоритетів державного регулювання ПЕК регіону. Передумовою запропонованого етапу є детальний аналіз сучасного стану паливної галузі та електроенергетики України. Слід зазначити, що у результаті кластерного аналізу було отримано 3 групи регіонів – регіони, які характеризуються високим, середнім та низьким потенціалом розвитку ПЕК.

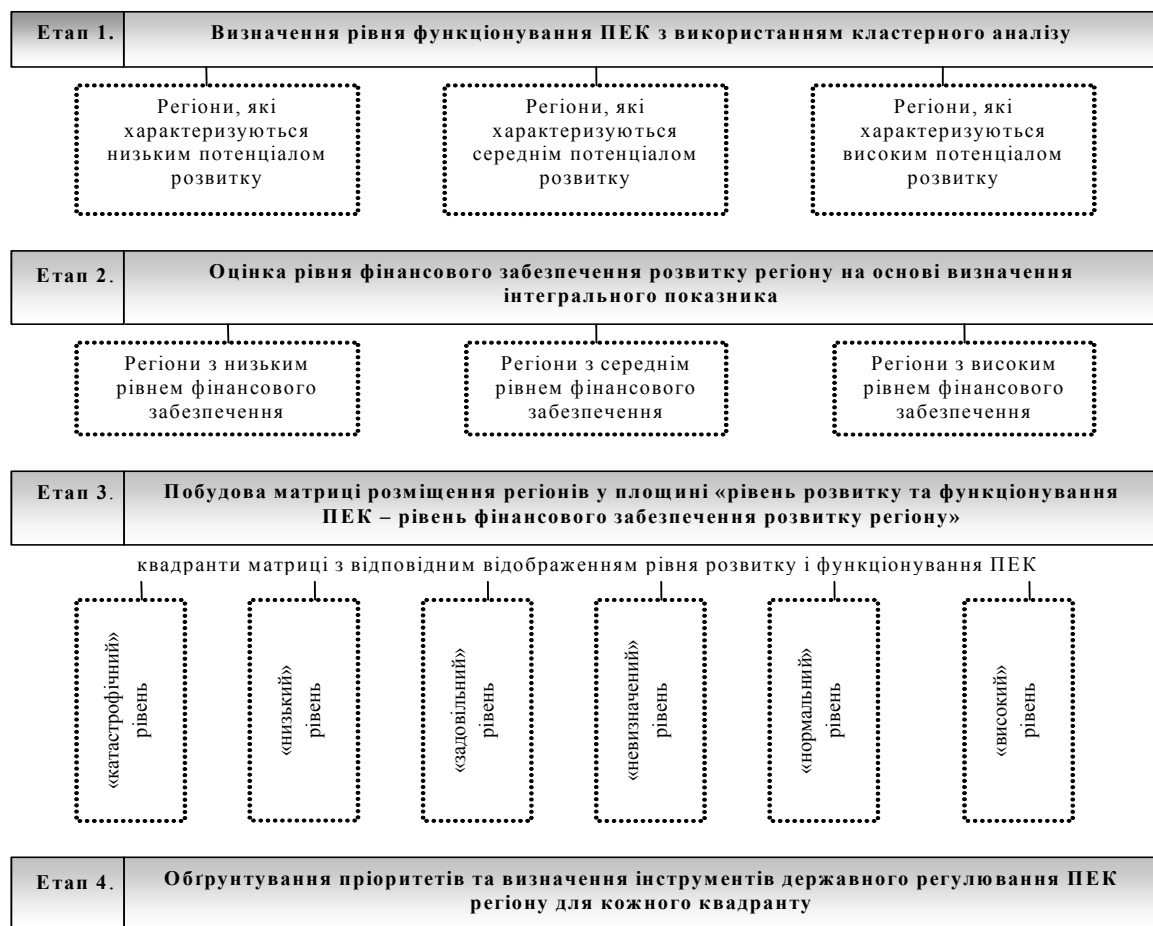


Рис. 1. Схема визначення пріоритетів державного регулювання ПЕК регіону

Наступним етапом є оцінка рівня фінансового забезпечення розвитку регіону, яка є важливим аргументом при формуванні пріоритетних напрямів розвитку ПЕК. Розуміючи під фінансовим забезпеченням розвитку регіону певний процес акумуляції необхідних обсягів фінансових ресурсів з різних джерел [8] та враховуючи некоректність використання абсолютних або відносних показників для обґрунтування його оцінки, запропоновано використовувати наступні групи показників для оцінки фінансового забезпечення розвитку регіону [8–13]: 1 група – показники забезпеченості фінансовими ресурсами: обсяг доходів місцевого бюджету регіону на 1 особу; фінансовий результат підприємств добувної промисловості до оподаткування; фінансовий результат підприємств переробної промисловості (а саме виробництво коксу та продуктів нафтоперероблення) до оподаткування; фінансовий результат підприємств, що займаються постачанням електроенергії, газу, пари і кондиційованого повітря до оподаткування; 2 група – показники забезпеченості інвестиційними ресурсами: частка капітальних інвестицій у ВРП; обсяг капітальних інвестицій за рахунок коштів державного бюджету; обсяг капітальних інвестицій за рахунок коштів місцевих бюджетів; обсяг капітальних інвестицій за рахунок власних коштів підприємств та організацій; обсяг капітальних інвестицій за рахунок кредитів банків та інших позик; 3 група – показники ділової активності: обсяг ВРП на 1 особу; питома вага збиткових підприємств регіону; рентабельність операційної діяльності за видами промислової діяльності (добувна промисловість і розроблення кар'єрів, виробництво коксу та продуктів нафтоперероблення у контексті переробної промисловості та постачання електроенергії, газу, пари і кондиційованого повітря); 4 група – показники доходності населення: обсяг наявного доходу на 1 особу, величина середньомісячної заробітної плати; 5 група – показники забезпеченості інвестиційними ресурсами галузей ПЕК: питома вага капітальних інвестицій у добувну промисловість і розроблення кар'єрів; питома вага капітальних інвестицій у переробну промисловість; питома вага капітальних інвестицій у постачання електроенергії, газу, пари та кондиційованого повітря.

Використання таксономічного аналізу для визначення інтегрального показника фінансового забезпечення розвитку паливно-енергетичного комплексу дозволить визначити групи регіонів, які найбільше потребують державної фінансової підтримки. Це дозволить створити всі умови для державного регулювання фінансових потоків та їх надмірної концентрації у певних регіонах.

Важливим етапом у запропонованій схемі визначення пріоритетів державного регулювання ПЕК регіону є побудова матриці розміщення регіонів у площині «рівень розвитку та функціонування ПЕК регіону – рівень фінансового забезпечення розвитку регіону». Розуміючи під матрицею модель, яка може

бути побудована на основі будь-яких показників [14, с. 96], та враховуючи складність визначення конкретного співвідношення рівня розвитку ПЕК у кожному регіоні та рівня його фінансової забезпеченості, запропоновано проведення певного співставлення отриманого в результаті кластерного аналізу рівня розвитку та функціонування ПЕК регіону та рівня фінансової забезпеченості розвитку регіону, який, у свою чергу, отримано в результаті таксономічного аналізу. Слід зазначити, що в результаті таксономічного аналізу регіони України за рівнем фінансового забезпечення розподілилися у 3 групи: із високим, середнім та низьким рівнем фінансового забезпечення. На рис. 2 представлена матриця розміщення регіонів України у площині «рівень розвитку та функціонування ПЕК – рівень фінансового забезпечення розвитку регіону», яка включає 9 квадрантів з відповідним відображенням рівня розвитку і функціонування ПЕК у кожному регіоні та рівня його фінансового забезпечення:

— «катастрофічний» рівень – відсутність розвитку та незначне функціонування ПЕК через нехарактерність для даних регіонів стабільного розвитку галузей добувної та паливної промисловості, відсутність корисних копалин, дисонанс інтересів органів державної влади та місцевого самоврядування щодо фінансування регіону;

— «низький» рівень розвитку та функціонування ПЕК через неузгодженість державних та регіональних інтересів щодо сфер розвитку. Даний квадрант відображає регіони, які прагнуть досягти середнього рівня, але через ігнорування інтересів одне одного та погіршення фінансової ситуації можуть потрапити до квадранту «катастрофічного» рівня;

— «задовільний» рівень функціонування та розвитку ПЕК, який відображає регіони із середнім рівнем як фінансового забезпечення розвитку регіону, так і функціонування ПЕК;

— «невизначений» рівень вказує про суттєву різницю між рівнем функціонування ПЕК та рівнем фінансового забезпечення розвитку регіону. Це, з одного боку, свідчить про значне інвестування коштів у дані регіони для розвитку інших, не пов'язаних з паливно-енергетичним комплексом галузей, а з іншого – про відсутність зацікавленості інвесторів у розвитку ПЕК поряд з його високим розвитком;

— «нормальний» рівень функціонування ПЕК, інтереси органів державної влади та місцевого самоврядування в основному узгоджені. При дотриманні конкретних вимог стосовно державного регулювання ПЕК та реалізації певних заходів щодо вдосконалення матеріально-технічної бази підприємств ПЕК за рахунок збільшення фінансування є високі шанси потрапити до квадранту з високим рівнем;

— «високий» рівень розвитку та функціонування ПЕК, даний квадрант включає регіони, які є лідерами паливно-енергетичного комплексу України.

|  |          |  |  |  |
|--|----------|--|--|--|
| РІВЕНЬ ФІНАНСОВОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ РОЗВИТКУ РЕГІОНУ | Високий  | м. Київ<br><i>«невизначений» рівень</i>  | Київська<br>Запорізька<br><i>«нормальний» рівень</i>   | Луганська<br>Дніпропетровська<br>Донецька<br><i>«високий» рівень</i> |
|  | Середній | Тернопільська<br>Закарпатська<br>Одеська<br>Кіровоградська<br>Херсонська<br>Житомирська<br>АР Крим<br>Сумська<br><i>«низький» рівень</i> | Хмельницька<br>Львівська<br>Рівненська<br>Полтавська<br>Миколаївська<br>Черкаська<br>Харківська<br>Івано-Франківська<br>Вінницька<br><i>«задовільний» рівень</i> | <i>«нормальний» рівень</i>   |
|  | Низький  | Чернівецька<br>м. Севастополь<br>Чернігівська<br>Волинська<br><i>«катастрофічний» рівень</i>   | <i>«низький» рівень</i>  | <i>«невизначений» рівень</i>   |
|  |          | Низький  | Середній   | Високий  |
|  |          | РІВЕНЬ РОЗВИТКУ ТА ФУНКЦІОНУВАННЯ ПЕК  |  |  |

Рис. 2. Матриця розміщення регіонів у площині «рівень розвитку та функціонування ПЕК регіону – рівень фінансового забезпечення розвитку регіону» за 2012 р.

Аналізуючи рис. 2, необхідно зазначити, що квадрант з «катастрофічним» рівнем розвитку та функціонування ПЕК включає наступні регіони: Чернівецьку, Волинську, Чернігівську області та м. Севастополь. Це свідчить про дуже низький рівень як фінансового забезпечення розвитку регіону, так і

функціонування ПЕК, що вимагає посилення уваги з боку держави щодо розвитку даних регіонів. Для поліпшення ситуації необхідно також посилити інвестиційну привабливість досліджуваних регіонів, акцентуючи увагу не на розвитку галузей ПЕК через відсутність у даних областях передумов для їх фінансування, а на стабілізації інших сфер господарства, та спрямувати на них фінансові ресурси шляхом їх коректного перерозподілення з метою отримання найбільшого ефекту.

Квадрант із «задовільним» рівнем функціонування ПЕК є найбільш чисельним, адже включає 9 регіонів: Хмельницьку, Львівську, Рівненську, Полтавську, Миколаївську, Черкаську, Харківську, Івано-Франківську та Вінницьку області. Для цих регіонів характерна нестабільність функціонування галузей ПЕК та недостатнє інвестування коштів у їх розвиток. Такі результати обумовили наступні причини: непрозорість та непослідовність регуляторної політики, недостатнє фінансування у пошук та видобуток власних запасів палива через несприятливі умови для залучення приватних інвесторів тощо.

До квадранту з «низьким» рівнем розвитку ПЕК увійшли: Тернопільська, Закарпатська, Одеська, Кіровоградська, Херсонська, Житомирська, Сумська області та АР Крим, що свідчить про незадовільний рівень розвитку галузей ПЕК у даних регіонах, який обумовлений критичним фінансовим становищем та моральним і фізичним зносом основних фондів підприємств даної галузі. Розроблення та подальша реалізація заходів щодо вдосконалення державного регулювання ПЕК дозволить поліпшити та стабілізувати ситуацію і перейти до квадранту з «задовільним» рівнем розвитку ПЕК.

Дніпропетровська, Донецька та Луганська області є лідерами розвитку паливно-енергетичного комплексу України, що вказує на стабільне функціонування ПЕК та достатнє фінансування розвитку регіонів. Несуттєво відстають Київська та Запорізька області, які відносяться до квадранту з «нормальним» рівнем розвитку та функціонування ПЕК. Для цих регіонів переміщення до квадранту з «високим» рівнем розвитку ПЕК можливо за умови вдосконалення державного регулювання ПЕК.

Найменш чисельним є квадрант з «невизначеним» рівнем, який включає лише м. Київ. Це пов'язано зі значним інвестуванням коштів у розвиток м. Києва та повною відсутністю розвитку галузей ПЕК. Державні органи влади повинні переглянути існуючі шляхи розподілу коштів, визначити найбільш пріоритетні програми регіонального розвитку та посилити їх фінансування.

Останнім етапом схеми визначення пріоритетів державного регулювання ПЕК регіону є обґрунтування пріоритетів та визначення інструментів державного регулювання ПЕК регіону. Враховуючи реалізацію попередніх етапів, у табл. 1 представлено основні пріоритети державного регулювання ПЕК для кожного квадранту.

Таблиця 1

**Пріоритети державного регулювання паливно-енергетичного комплексу  
(узагальнено та доповнено на основі [1–7])**

| Квадрант                    | Регіони  | Головні пріоритети державного регулювання ПЕК  |
|-----------------------------|--|--|
| 1 – «катастрофічний» рівень | Чернівецька обл.<br>м. Севастополь<br>Чернігівська обл.<br>Волинська обл.  | мінімізація дій щодо зловживання монополієм (домінуючим) становищем на ринках електроенергетики;<br>стимулювання розвитку нетрадиційної енергетики;<br>участь у розробці та впровадженні механізмів раціонального використання паливно-енергетичних ресурсів;<br>моніторинг розроблення проектів з енергозбереження.   |
| 2 – «низький» рівень        | Тернопільська обл.<br>Закарпатська обл.<br>Одеська обл.<br>Кіровоградська обл.<br>Херсонська обл.<br>Житомирська обл.<br>Сумська обл.<br>АР Крим                               | розвиток нетрадиційних та відновлюваних джерел енергії;<br>розвиток міжнародного співробітництва регіонів;<br>координування темпів впровадження новітніх технологій у сфері видобутку природного газу та нафти, реконструкції та модернізації техніко-технологічної бази;<br>створення умов для впровадження енергозберігаючих технологій та значного заощадження енергоресурсів;<br>регулювання споживання паливно-енергетичних ресурсів та контроль за дотриманням режимів газо- та електроспоживання. |
| 3 – «задовільний» рівень    | Хмельницька обл.<br>Львівська обл.<br>Рівненська обл.<br>Полтавська обл.<br>Миколаївська обл.<br>Черкаська обл.<br>Харківська обл.<br>Івано-Франківська обл.<br>Вінницька обл. | розвиток транскордонного співробітництва регіонів;<br>підтримка розвитку ринка біопалива;<br>технологічне оновлення паливно-енергетичного комплексу та впровадження ресурсо- та енергозберігаючих технологій;<br>стимулювання промислових підприємств до економії енергоносіїв.  |
| 4 – «невизначений» рівень   | м. Київ  | контроль та координація шляхів використання коштів, передбачених у бюджеті на реалізацію енергозберігаючих проектів;<br>впровадження та здійснення енергозберігаючих заходів.  |
| 5 – «нормальний» рівень     | Київська обл.<br>Запорізька обл.   | аналіз інвестиційного потенціалу області;<br>вдосконалення державних стандартів України на основну продукцію ПЕК з відповідністю до світових стандартів.   |
| 6 – «високий» рівень        | Луганська обл.<br>Дніпропетровська обл.<br>Донецька обл.   | мінімізація дій щодо зловживання монополієм (домінуючим) становищем на ринках електроенергетики;<br>зниження енергетичної залежності держави;<br>розширення державного контролю у вугільній галузі з акцентуванням уваги на вдосконаленні контролю якості продукції та моніторингу її на ринку.  |

Таким чином, необхідно зазначити, що з метою забезпечення безперебійного енергопостачання економіки та населення регіонів України, важливими пріоритетами державного регулювання ПЕК є залучення альтернативних та відновлювальних джерел енергії, продовження модернізації та технічного переоснащення, зменшення обсягу споживання енергоресурсів за рахунок створення сприятливого інвестиційно-підприємницького середовища для відновлення або нового будівництва малих ГЕС (Дніпропетровська, Івано-Франківська, Київська, Миколаївська області); скорочення споживання природного газу по бюджетній сфері за рахунок електричного освоєння та розробки родовищ торфу в області (Волинська, Івано-Франківська, Львівська, Полтавська, Рівненська, Чернігівська області); будівництва та реконструкції електромереж під електроопалення (Вінницька, Житомирська, Івано-Франківська, Львівська, Харківська, Хмельницька та інші області); застосування технологій спалювання біомаси (перспективне для всіх регіонів України).

### Висновки

Таким чином, запропонований підхід щодо визначення та обґрунтування пріоритетів державного регулювання паливно-енергетичного комплексу регіону, який на відміну від існуючих базується на використанні кластерного аналізу з метою визначення рівня функціонування ПЕК, визначенні інтегрального показника рівня фінансового забезпечення розвитку регіону методом таксономії та побудови матриці розміщення регіонів у площині «рівень розвитку та функціонування ПЕК – рівень фінансового забезпечення розвитку регіону», дозволяє своєчасно та якісно здійснювати державну регуляторну політику щодо функціонування та розвитку ПЕК у кожному конкретному регіоні, тим самим забезпечувати постійне удосконалення механізму державного регулювання паливно-енергетичного комплексу.

### Література

1. Бакуменко В. Д. Теоретичні та організаційні засади державного управління : навч. посіб. / В.Д. Бакуменко, П.І. Надолішний. – К. : Міленіум, 2003. – 256 с.
2. Галюк І. Б. Державне регулювання розвитку паливно-енергетичного комплексу як складової конкурентної політики держави [Електронний ресурс] / І. Б. Галюк, О. Ю. Мацькевич // Вісник Національного університету «Львівська політехніка». – 2009. – (Серія : Менеджмент). – Режим доступу : [[http://www.nbu.gov.ua/portal/natural/vnulp/Management/2009\\_657/70.pdf](http://www.nbu.gov.ua/portal/natural/vnulp/Management/2009_657/70.pdf)]
3. Гізатулліна О. М. Організаційно-економічний механізм державного управління паливно-енергетичним комплексом України : автореф. дис. ... на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук : спец. 08.00.03 «Економіка і управління національним господарством» / О. М. Гізатулліна. – Харків, 2009. – 20 с.
4. Дарнопих Г. Ю. Паливно-енергетичний комплекс України в умовах глобалізації / Дарнопих Г. Ю. // Вісник Національної юридичної академії України імені Ярослава Мудрого. – 2011. – № 2 (5). – С. 19–30.
5. Дейнека О. Г. Управління паливно-енергетичним комплексом України : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня д-ра екон. наук : спец. 08.02.03 «Організація управління, планування і регулювання економікою» / О. Г. Дейнека. – Харків, 2005. – 40 с.
6. Державне регулювання економіки: навч. посіб. / С. М. Чистов, А. Є. Никифоров, Т. Ф. Куценко та ін. – [Вид. 2-ге, допрац. і допов.]. – К. : КНЕУ, 2004. – 440 с.
7. Чукаєва І. К. Паливний комплекс України: сучасний стан та перспективи розвитку : автореф. на здобуття наук. ступеня д-ра екон. наук : спец. 08.07.01 «Економіка промисловості» / І. К. Чукаєва. – К., 2006. – 35 с.
8. Коваленко Л.О. Фінансовий механізм макроекономіки / Л.О. Коваленко. – [2-ге вид., перероб. і доп.]. – Чернігів : ЧДІЕУ, 2006. – 216 с.
9. Барановський О. І. Фінансова безпека : монографія / О. І. Барановський – К. : Фенікс; Ін-т економ. прогнозів НАН України, 2001. – 400 с.
10. Вахович І. М. Фінансова спроможність регіону: діагностика та механізми забезпечення: навч. посіб. / І. М. Вахович, І. М. Камінська. – Луцьк : Надстир'я, 2009. – 400 с.
11. Дука А. П. Комплексна оцінка рівня фінансового забезпечення розвитку депресивних регіонів / А. П. Дука // Науковий вісник ЧДІЕУ. – 2012. – № 4 (16). – С. 69–74.
12. Любченко О.М. Оцінка фінансово-інвестиційного потенціалу регіонів України як невід'ємний елемент розробки стратегії соціально-економічного розвитку регіону / О. М. Любченко // Інвестиції: практика та досвід. – 2008. – № 3. – С. 8–12.
13. Новікова О. Ф. Соціальна орієнтація економіки: механізми державного регулювання : моногр. / О.Ф. Новікова, С.М. Гринецька, Л.Л. Шамілева. – Донецьк : Ін-т економіки пром-сті, 2009. – 220с.
14. Теоретичні основи конкурентної стратегії підприємства: монографія / під заг. ред. Ю. Б. Іванова, О. М. Тищенко. – Х. : ВД "ІНЖЕК", 2006. – 384 с.

### References

1. Bakumenko V. D., Nadolishny P.I. Teoretychni ta orhanizatsiini zasady derzhavnoho upravlinnia: navch.posib. Kyiv, Milenium, 2003, 256 p.[in Ukrainian]
2. Haliuk I. B., Matskevych O. Yu. Derzhavne rehuliuвання rozvytku palyvno-enerhetychnoho kompleksu yak skladovoi

konkurentnoi polityky derzhavy [Elektronnyi resurs], Visnyk Natsionalnoho universytetu «Lvivska politehnika», 2009, Serii : Menedzhment. – Rezhym dostupu: [http://www.nbu.gov.ua/portal/natural/Vnulp/Management/2009\\_657/70.pdf](http://www.nbu.gov.ua/portal/natural/Vnulp/Management/2009_657/70.pdf). [in Ukrainian]

3. Hizatullina O. M. Orhanizatsiino-ekonomichnyi mekhanizm derzhavnogo upravlinnia palyvno-enerhetychnym kompleksom Ukrainy : avtoref. dys. na zdobuttia nauk. stupenia kand. ekon. nauk : spets. 08.00.03 «Ekonomika i upravlinnia natsionalnym hospodarstvom». Kharkiv, 2009, 20 p. [in Ukrainian]

4. Darnopykh H. Yu. Palyvno-enerhetychnyi kompleks Ukrainy v umovakh hlobalizatsii, Visnyk Natsionalnoi yurydychnoi akademii Ukrainy imeni Yaroslava Mudroho, 2011, No. 2 (5), Pp. 19–30. [in Ukrainian]

5. Deineka O. H. Upravlinnia palyvno-enerhetychnym kompleksom Ukrainy : avtoref. dys. na zdobuttia nauk. stupenia d-ra ekon. nauk : spets. 08.02.03 «Orhanizatsiia upravlinnia, planuvannia i rehuliuвання ekonomikoiu». Kharkiv, 2005, 40 p. [in Ukrainian]

6. Chystov S. M., Nykyforov A. Ye., Kutsenko T. F. Derzhavne rehuliuвання ekonomiky: navch. posib. Vyd. 2-he, dooprats. i dopov. Kyiv, KNEU, 2004, 440 p. [in Ukrainian]

7. Chukaieva I. K. Palyvnyi kompleks Ukrainy: suchasnyi stan ta perspektyvy rozvytku : avtoref. na zdobuttia nauk. stupenia d-ra ekon. nauk : spets. 08.07.01 «Ekonomika promyslovosti». Kyiv, 2006, 35 p. [in Ukrainian]

8. Kovalenko L.O. Finansovyi mekhanizm makroekonomiky, 2-he vyd., pererob. i dop. Chernihiv, ChDIEU, 2006, 216 p. [in Ukrainian]

9. Baranovskiy O. I. Finansova bezpeka : monohrafiia. Kyiv, Feniks; In-t ekonom. prohnozuv.NAN Ukrainy, 2001, 400 p. [in Ukrainian]

10. Vakhovych I. M., Kaminska I. M. Finansova spromozhnist rehionu: diahnozyka ta mekhanizmy zabezpechennia: navch. posib. Lutsk, Nadstyria, 2009, 400 p. [in Ukrainian]

11. Duka A. P. Kompleksna otsinka rivnia finansovoho zabezpechennia rozvytku depresyvykh rehioniv, Naukovyi visnyk ChDIEU, 2012, No. 4(16), Pp. 69–74. [in Ukrainian]

12. Liubchenko O.M. Otsinka finansovo-investytsiynoho potentsialu rehioniv Ukrainy yak nevidiemnyi element rozrobky stratehii sotsialno-ekonomichnoho rozvytku rehionu, Investytsii: praktyka ta dosvid, 2008, No. 3, Pp. 8–12. [in Ukrainian]

13. Novikova O. F., Hrinevska S.M., Shamileva L.L. Sotsialna oriantatsiia ekonomiky: mekhanizmy derzhavnogo rehuliuвання : monohr. Donetsk, In-t ekonomiky prom-sti, 2009, 220 p. [in Ukrainian]

14. Ivanov Yu. B., Tyshchenko O. M. Teoretychni osnovy konkurentnoi stratehii pidpryemstva: monohrafiia, Kharkiv, VD "INZhEK", 2006, 384 p. [in Ukrainian]

Надійшла 14.09.2013; рецензент: д. е. н. Гавкалова Н. Л.

УДК 338.48+336.5+339.1

Н. М. ДОНЄВА

Херсонський національний технічний університет

## ТУРИСТИЧНА ПРИВАБЛИВІСТЬ ХЕРСОНСЬКОГО РЕГІОНУ ЯК ОДИН З ОСНОВНИХ ЗАСОБІВ ПІДВИЩЕННЯ ЙОГО КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ

*Представлена оцінка існуючих територіальних утворень і природно-рекреаційних ресурсів Херсонської області. Запропоновані шляхи та напрямлення розвитку туристичної діяльності у регіоні.*

*Ключові слова: туристична галузь, туристична привабливість, аналіз ринку туристичних послуг.*

N. DONIEVA

Kherson National Technical University

## TOURIST ATTRACTION KHERSON REGION AS A MAJOR MEANS TO IMPROVE ITS COMPETITIVENESS

*The aim of the study - the study of tourism potential of the Kherson region. Evaluation of tourist attractiveness and competitiveness of tourism products. Travel industry is one of the most promising sectors of last years; it has gained the status of the most profitable industry in the economy of certain countries. Advantageous geographical location enables Ukraine to develop tourism in its entirety, offering various types of tourism product. The dynamics of tourist flows in the Kherson region was analyzed and the methods of management of tourism enterprises were given. Tourist enterprise management system requires continuous improvement of organizational and administrative methods. The goal of this is creation of regional competitiveness both on domestic and global levels. The ways and directions of development of tourism in the region were given. Development of a comprehensive program of the regional tourism development will significantly increase the competitiveness of the Kherson region.*

*Keywords: tourism, tourist attraction, tourist market analysis .*

**Вступ.** Головними складовими туристичної привабливості регіону є природні рекреаційні ресурси, культурно-історичні об'єкти та туристична інфраструктура, які передовсім задовольняють потреби туристів та найбільше впливають на формування туристичного попиту. Кожний регіон України має свої особливості. Тому оцінка і аналіз туристичної привабливості регіонів потребує диференційованого підходу до розвитку туристичної галузі.

Аналіз останніх публікацій та досліджень з проблеми підвищення конкурентоспроможності регіонів шляхом створення умов для туристичної привабливості [1-11] показує, що практичне використання даної економічної категорії потребує знань особливостей географічного розташування, наявності об'єктів рекреаційно-оздоровчого характеру, відповідної інфраструктури, які визначають можливість пізнання, розширення кругозору і культурного відпочинку. З цих позицій тема дослідження представляє не тільки науковий, але й практичний інтерес.

До невирішених частин загальної проблеми відносяться оцінка існуючих територіальних утворень та природно-рекреаційних ресурсів та направлень розвитку туристичної діяльності в Херсонській області.

Мета статті: здійснити оцінку туристичної привабливості Херсонського регіону та конкурентоспроможності комплексного туристичного продукту.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** Галузь туризму у всьому світі вважається однією з найперспективніших, і тим більше для України, яка володіє широкими можливостями для будівництва і використання туристичної індустрії. Туристична галузь за останні роки набула статусу однієї з найприбутковіших у світі, що має позитивний вплив на регіональну економіку через генерування суміжних галузей, які приймають участь у створенні та реалізації на туристичному ринку туристичних продуктів та послуг.

Виділення туризму в окремий специфічний вигляд товару вимагало формування відповідної наявності кваліфікованих кадрів для обслуговування туристів, а також цілеспрямованого управління господарюючими туристськими суб'єктами. Все це зумовило необхідність організаційного відособлення туризму в самостійну галузь економіки – індустрію туризму. Індустрія туризму – це диверсифікований, міжгалузевий комплекс соціально-побутової інфраструктури. Його особливість визначається подвійністю призначення туризму в економіці країни. Туризм створює нову матеріальну цінність і реалізує її у формі послуг, а також виробляє і реалізує нематеріальні послуги з обслуговування туристів, тому має виробничі і невиробничі функції.

Індустрія туризму є збірним поняттям для багаточисельних форм діяльності, які спеціалізуються на ринку послуг, пов'язаних з прийомом і обслуговуванням туристів. Необхідно відзначити, що не існує точного переліку, який би охоплював абсолютно всі види діяльності в цій сфері. Можемо виділити лише наступні основні напрями: суспільне харчування, розміщення, транспортні перевезення, організаційно-посередники, тобто туроператори і тур агенти, а також об'єкти рекреації та відпочинку.

Одним із головних завдань організації ефективного використання туристичних ресурсів та управління туристичними та рекреаційними підприємствами є визначення туристичного потенціалу, встановлення можливостей його використання у туристичних цілях і на цій основі формування туристичної привабливості окремих регіонів, територій та місць, що сприятиме їх соціально-економічному розвитку, розробці стратегічних планів розвитку туризму та залученню інвестицій ц розбудову загальної та туристичної інфраструктури.

Для визначення необхідного набору параметрів конкурентоспроможності туристичної діяльності слід використати розрахунки одиничних, комплексних та інтегральних показників конкурентоспроможності, що розподіляються на технічні, економічні та організаційно-комерційні. У якості базових зразків виділяються кращі з групи аналогів на основі методу попарного спів становлення послідовно всіх аналогів за значеннями обраних оціночних показників.

На цьому етапі якість оцінки туристичної привабливості регіону формуються групи аналогів. Велика увага приділяється якості надаваних послуг, для чого встановлюється відповідність параметрів туристичного продукту обов'язковим регламентам, стандартам і нормам. Якщо хоча б один з параметрів не відповідає обов'язковому рівню, який переписаний діючими нормами і стандартами, туристична продукція регіонів не може розглядатися як конкурентоспроможна.

Регіональна політика розвитку туристичної діяльності покликана регулювати всі процеси, які відбуваються на конкретній території. Об'єктом регіональної політики є весь спектр соціально-економічних процесів, що відбуваються на конкретній території. Іншими словами, у сферу впливу регіональної політики потрапляють люди, природа і всі суспільні інститути, що забезпечують взаємодію між ними.

Сьогодні моделі економічної дії туризму базуються не на теоретичних концепціях і гіпотезах, а на статистичних даних. В даний час в Україні в кваліфікації галузей народного господарства, що діє, індустрія туризму не має чітко певного виробничого і соціально-економічного статусу. Все це є результатом невідповідності галузевого принципу умовам функціонування ринкової економіки. Вплив туризму на економіку проявляється через формування дохідної частини державного бюджету, валової доданої вартості сектору туристичних послуг, стан платіжного балансу.

Туристичний продукт території охоплює такі елементи, як природні і антропогенні пам'ятки, інфраструктуру та послуги місця відвідування, а також його доступність, зовнішні уявлення та ціну, які повинен сплатити споживач [1].

Туристична привабливість регіону або окремої території відображає, наскільки цікавою є ця територія для туристів. Відповідно, постає проблема відокремлення складових рекреаційної привабливості, які в подальшому визначатимуть перспективність цієї території для розвитку туризму і туристичного бізнесу та всебічного задоволення потреб споживачів. На основі аналізу діяльності туристичних підприємств пропонується здійснення оцінки туристичної привабливості та конкурентоспроможності Херсонського регіону з точки зору туристичних можливостей наявних територіальних утворень області.

Чорноморський біосферний заповідник розташований на північному узбережжі Чорного моря й островах у Тендерівській та Ягорлицькій затоках Чорного моря. Заповідник є найбільшим на Україні. Площа заповідника становить близько 100 тис. га. Територія заповідника складається з декількох ділянок,



які представляють різні ландшафти приморського півдня України. Чорноморський біосферний заповідник перебуває у компетенції Національної академії наук України. Управління заповідника розташоване в місті Гола Пристань Херсонської області. На території Херсонської області є цілющий гейзер, глибина джерела складає 1572 м, температура +65 оС цілий рік.

Серед заповідних об'єктів України біосферний заповідник «Асканія-Нова» займає особливе місце, так як історія заповідання його території нараховує близько 110 років. На сьогодні «Асканія-Нова» це природоохоронна науково-дослідна установа загальнодержавного і міжнародного значення, перед якою стоять завдання збереження генофонду та природних біотопів типчакowo-ковилового степу, вивчення динаміки природної та трансформованої степових екосистем; збереження, вивчення, відтворення і поповнення в штучних умовах колекцій видів дерев, чагарників та квітково-декоративних рослин, особливо рідкісних та зникаючих; збереження, збагачення та вивчення генофонду тварин з колекції зоологічного парку, розробка технологій їх утримання та розведення, ренатуралізації аборигенних видів.

Загальна площа заповідника становить 33307,6 га. Згідно з функціональним зонуванням його території, площа заповідної зони становить 11054 га, буферної зона - 6895,6 га, зони антропогенних ландшафтів - 15358,0 га. До його землекористування входять: цілинний степ і перелоги (11054,0 га), дендрологічний парк (196,6 га) та зоопарк (61,6 га). Решта території - суходільні та поливні землі господарств Інституту тваринництва степових районів "Асканія-Нова", фермерські господарства і населені пункти [2].

Становить інтерес аналіз статистичної звітності динаміки туристичної галузі в Україні (табл. 1) та в регіоні (табл. 2).

Найбільшою популярністю серед громадян України у 2011 році користувалися Російська Федерація, Польща, Молдова, Угорщина, Білорусь, Туреччина, Румунія, Словаччина, Німеччина, Єгипет, Чехія та Ізраїль.

Серед іноземців, які відвідали Україну, переважали громадяни Російської Федерації, Молдови, Білорусі, Польщі, Угорщини, Румунії, Словаччини, Німеччини, Узбекистану та США [3].

Таблиця 1

## Туристичні потоки України (тис.)

| Показники  | Роки  |       | % к  |       | % к  |       | % к  |       | % к  |      |
|--|-------|-------|------|-------|------|-------|------|-------|------|------|
|  | 2000  | 2005  | 2000 | 2007  | 2000 | 2009  | 2000 | 2011  | 2000 | 2000 |
| Кількість громадян України, які виїжджали за кордон                        | 13422 | 16454 | 122  | 17335 | 129  | 15334 | 114  | 19773 | 147  |      |
| Кількість іноземних громадян, які відвідали Україну                        | 6431  | 17631 | 274  | 23122 | 359  | 20798 | 323  | 21415 | 332  |      |
| Кількість туристів, обслугованих суб'єктами туристичної діяльності України | 2014  | 1826  | 90   | 2864  | 142  | 2290  | 113  | 2343  | 116  |      |
| внутрішні туристи  | 1351  | 932   | 68   | 2155  | 159  | 1094  | 80   | 605   | 44   |      |
| Кількість екскурсантів   | 1644  | 1705  | 103  | 2393  | 145  | 1909  | 116  | 1323  | 80   |      |

\*Розроблено автором за джерелом [3]

Як свідчить табл. 1, в Україні рівень розвитку внутрішнього туризму є недостатнім, як за кількісними, так і за якісними характеристиками. Проведений аналіз ринку туристичних послуг України свідчить з помітного спаду в 2009 році в туристичній сфері, що пов'язано з фінансово-економічною кризою. Спостерігається зростання всіх туристичних потоків за винятком внутрішніх туристів. За цей період в Україні кількість іноземних туристів збільшилась на 332%, а внутрішніх туристів на 116% (аналіз за 2000 р.).

Кількість туристів, які виїжджали за кордон збільшилося на 147% з 19773 тис. осіб у 2011 р. до 13422 тис. осіб у 2000 році. Причиною такої ситуації стала відсутність гнучкості вітчизняного ринку туристичних послуг в умовах фінансової економічної кризи. В цей же час зарубіжні ринки пропонували туристам різного роду акції та більш доступний за цінами туристичний продукт і окремі туристичні послуги, тоді як вітчизняний туристичний бізнес реагував на кризу підвищенням цін з метою короткочасної отриманні прибутку в цей період.

Як видно із розгляду таблиці 2 загальними тенденціями розвитку галузі туризму у зазначеному часовому інтервалі будуть:

- зростаючий об'єм громадян України, які виїжджали за границю;
- постійно зростаюча зацікавленість іноземних громадян до відвідування України.

Виходячи з даних табл. 2, можна зробити висновки, що з кожним роком туристичний потік в Херсонську область зменшується. Кількість внутрішніх туристів також зменшується, а кількість туристів, які виїжджають за кордон, збільшується [4].

Динаміка туристичних потоків Херсонської області, осіб

| Роки | Кількість туристів, обслугованих суб'єктами туристичної діяльності України | Із загальної кількості туристів |  |                   | Кількість екскурсантів |
|------|--|---------------------------------|--|-------------------|------------------------|
|      |  | іноземні туристи                | туристи-громадяни України, які виїжджали за кордон | внутрішні туристи |                        |
| 2000 | 61275  | 5929                            | 1116   | 54230             | 10693                  |
| 2001 | 64312  | 7858                            | 2021   | 54433             | 59282                  |
| 2002 | 94607  | 5165                            | 2728   | 86714             | 75175                  |
| 2003 | 107351   | 7149                            | 4216   | 95986             | 89202                  |
| 2004 | 63361  | 5179                            | 4098   | 54084             | 18721                  |
| 2005 | 70183  | 4979                            | 5273   | 59931             | 16982                  |
| 2006 | 69203  | 7133                            | 5084   | 56986             | 16998                  |
| 2007 | 71054  | 7785                            | 5574   | 57695             | 26939                  |
| 2008 | 94200  | 6412                            | 6694   | 81094             | 35234                  |
| 2009 | 128096   | 4356                            | 6284   | 117456            | 59020                  |
| 2010 | 94156  | 3494                            | 6046   | 84616             | 24497                  |
| 2011 | 37672  | 1623                            | 3696   | 32353             | 20788                  |

За даними Головного управління статистики у Херсонській області [4]

Спостережувані відмінності у розвитку туризму в регіоні можна пояснити відсутністю належної інформації, засобів комунікації, а також нерозвиненістю туристичної інфраструктури.

Висока конкуренція на ринку туристичних послуг регіону значною мірою обумовлений їх географічним розташуванням. Так, суб'єкти господарювання туристичної сфери прикордонної області мають певні вигоди, оскільки можуть користуватися перевагами зовнішньоекономічних зв'язків, прикордонною торгівлею транскордонних кластерів, надходження коштів від міжнародних мігрантів. Це визначає додаткові перспективи і можливість виходу на світові ринки. В цей же час райони Херсонської, Одеської, Миколаївської та Запорізької областей мають виходи до Азовського і Чорного морів, що різко підвищує привабливість цих регіонів і створюють додаткові перспективи для їх розвитку.

Не менший інтерес представляє позиціонування туристичної привабливості Херсонського регіону порівняно з іншими регіонами України (рис. 1).

В сегмент «Інші регіони» увійшли області з кількістю туристів менше 1%: Полтавська, Чернігівська, Тернопільська, Київська, Волинська, Луганська, Рівненська, Сумська, Житомирська, Черкаська.

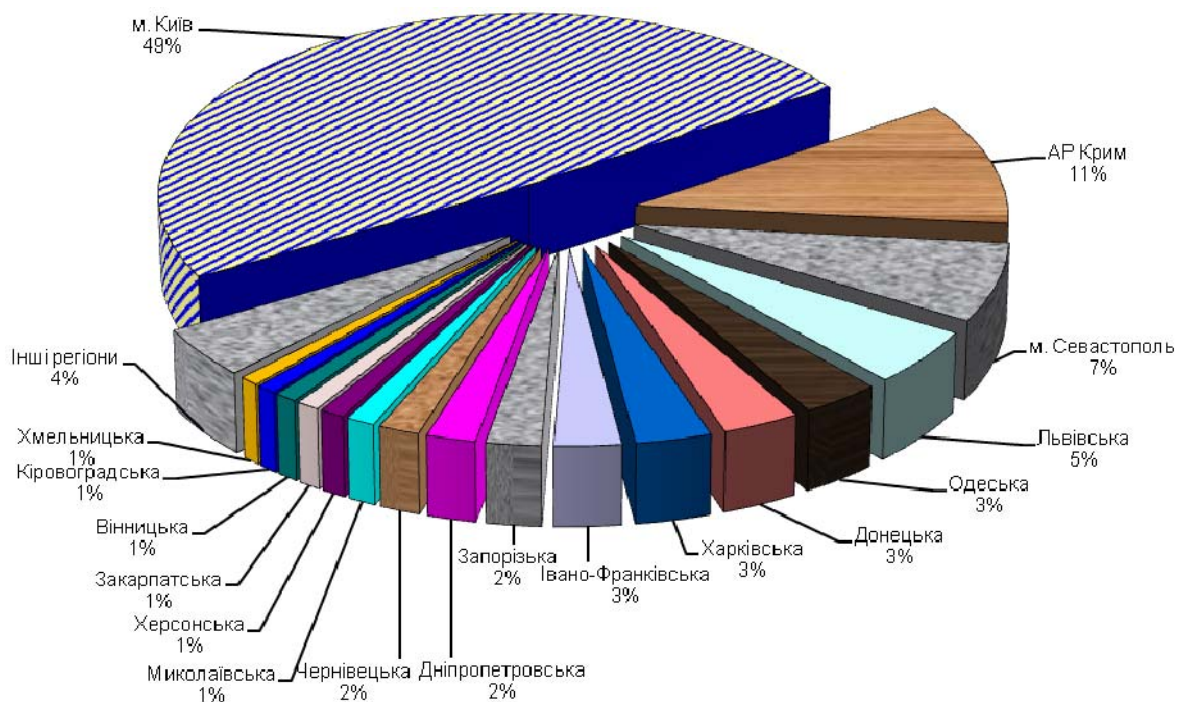


Рис. 1. Розподіл туристів за регіонами у 2011 році

Питання вдосконалення управління підприємствами туристичної галузі потребують значної уваги через високу конкуренцію на ринку туристичних послуг і швидкі зміни туристського попиту. Виникає необхідність вивчати, контролювати та підвищувати туристський попит, в першу чергу, за рахунок диверсифікації туристичних продуктів та окремих туристичних послуг, що будуть максимально задовольняти потреби споживачів. Забезпечення конкурентних переваг даних підприємств можливе лише за умов вдосконалення існуючих методів управління та впровадження інноваційних методів. Швидкі зміни у туристичному попиті вимагають швидкої реакції та адаптації до них за допомогою відповідних змін управлінських методів [5].

Таблиця 3

**Потенціал рекреаційно-курортних послуг Херсонської області і його використання**

| Показники   | 2000 | 2005 | 2010  | 2011  |
|---|------|------|-------|-------|
| Кількість місць в санаторіях та пансіонатах з лікуванням          | 2119 | 2763 | 2781  | 2790  |
| Кількість місць в домах та пансіонатах відпочинку                 | 8482 | 9423 | 9821  | 10782 |
| Кількість готелів та аналогічних засобів розміщення               | 47   | 34   | 135   | 74    |
| Кількість місць в готелях та інших засобах розміщення             | 2817 | 2186 | 25486 | 3276  |
| Кількість відвідувачів готелів, тис. осіб                         | 64,0 | 48,2 | 136,2 | 33,3  |
| Коефіцієнт використання готелів та аналогічних засобів розміщення | 0,19 | 0,13 | 0,13  | 0,09  |

\*Розроблено автором за джерелом [3]

Згідно табл. 3, кількість місць в санаторіях та пансіонатах з лікуванням збільшилась, але кількість відвідувачів готелів у 2011 році зменшилась в 4 рази в порівнянні з 2010 р., також простежується динаміка зниження коефіцієнту використання готелів.

Херсонська область має достатню кількість природних рекреаційних ресурсів та рекреаційно-курортних послуг. Однак, неефективне функціонування об'єктів туристичної сфери робить її конкурентоспроможність низькою.

До особливостей управління туристичними підприємствами відносяться: дослідження туристичного попиту та потреб споживачів, що формують туристичні пропозиції з орієнтацією на різні сегменти туристів; дослідження вітчизняного та зарубіжного ринку туристичних послуг; створення пропозицій додаткових послуг, відповідно до якісних та грошових показників, що характеризують туристський сегмент; організація збуту турпродуктів та окремих турпослуг; вдосконалення інформаційної складової за допомогою сучасних технологій; необхідність обов'язкового професіоналізму персоналу, що здійснює, координує та контролює чіткість надання туристичних послуг.

Важливим напрямом інноваційного розвитку туризму є впровадження сучасних інформаційно-комунікаційних технологій, що передбачає модернізацію програмно-технічної бази туроператорів та туристичних агентів, побудову її корпоративної мережі на основі комп'ютерних мереж центрального та територіального рівнів обробки інформації, впорядкування інформаційних фондів та забезпечення користувачам можливості доступу до них.

В Україні практично не застосовують туристичні технології, які у розвинених країнах набули ознак повсякденного застосування: електронні інформаційні довідники щодо готелів, транспортних маршрутів і туристичних фірм з переліком і вартістю послуг, які ними надаються [6].

Успішна реалізація функцій та принципів управління туристичними підприємствами забезпечується ефективністю використовуваних методів прогнозування, планування, контролювання та регулювання, реалізація яких забезпечить ефективне використання туристичних ресурсів та швидке реагування на зміни, що відбуваються під впливом внутрішнього та зовнішнього середовища. Система управління туристичного підприємства вимагає постійного вдосконалення організаційно-адміністративних методів, які направлені, в першу чергу, на розподіл та споживання турпродуктів, досягнення максимального задоволення потреб туристів, підвищення якості туристичних послуг.

В умовах конкуренції туристичного ринку туристичні підприємства вимушені розробляти та впроваджувати нові ефективні методи управління. В основі функціонування туристичного підприємства є інформаційні потоки, які формуються в напрямках взаємозв'язків продавця та споживача туристичних послуг та партнерських зв'язків. Все це призводить до необхідності вдосконалення інформаційної складової управління [7]. Зазначене має принципове значення для формування методології побудови системи управління регіону, оскільки вказує на роль і значення регіональної політики, цілей і задач розвитку галузевого комплексу, формування у місцевих суб'єктів економічної діяльності відповідної системи цінностей і орієнтацій. Саме впровадження ефективного управління, інноваційних підходів і методів у діяльність курортно-рекреаційних закладів зможе вивести дану галузь в одну з пріоритетних і економічно ефективних у Херсонській області.

Переваги Херсонського регіону в першу чергу визначають його економіко-географічне розташування, яке складає в себе пріоритети: приморське та річкове розташування регіону біля важливих

транспортних та торгово-економічних шляхів, а також великі транзитні можливості. Херсонський регіон має великий курортно-рекреаційний потенціал.

Один з перших в Херсонській області туристично-транспортний кластер «Південні ворота України» юридично є асоціацією підприємств. В нього увійшли окремі транспортні підприємства, підприємства туризму та курортно-рекреаційного комплексу, рекламно-інформаційні підприємства, органи місцевого самоврядування, громадські об'єднання. До основних завдань цього проекту відносяться сприяння розвитку транспортного та туристичного ринку в регіоні, підвищення якості та розширення асортименту туристичних і транспортних послуг, відновлення пам'яток архітектури, культури, історії, включення їх до мережі туристичних маршрутів, впровадження нових технологій обслуговування туристів, а також сприяння розвитку існуючих створенню нових.

Міжнародна клініка відновного лікування (м. Трускавець) розпочала формування реабілітаційного комплексу на Арабатській Стрілці на Херсонщині. Генеральний план розвитку Арабатської Стрілки та проект забудови реабілітаційного комплексу «InterMedikaEcoCity» розроблений Українським науково-дослідним інститутом проектування міст «ДІПРОМІСТО» (м. Київ), в якому передбачено будівництво потужного реабілітаційного комплексу, університету інноваційних технологій, бізнес-центру, готелів, іншої інфраструктури.

Новий кластерний проект сільського туризму «Зелені хутори Таврії» об'єднує 50 окремих селянських господарств. Проект полягає у забудові 100 гектарів болотних територій, які не можливо використовувати з метою вирощування сільськогосподарської продукції, традиційними українськими будинками та ремеслами кінця XIX – початку XX століття [9].

Сприятливі природно-кліматичні умови та географічне розташування херсонського регіону створюють передумови для розвитку винного туризму. Винний туризм включає в себе дегустації і купівлю вина, а також культурну програму, яка може складатися відвідування історичних, культурних цінностей місцевості, концертних програм, етнічних фестивалів. Такі подорожі відкривають секрети легендарних вин і їх знаменитих виробників.

В Херсонській області є багато виноробних господарств, які можуть біти цікавими для туристів, як об'єкти винного туризму. Прикладом успішного та перспективного винного підприємства на Херсонщині є "Виноробне господарство Князя П.Н. Трубецького". Особливими причинами, завдяки яким винний туризм набуває особливу актуальність є наступні: це популярний туристичний тренд (завдяки не тільки виробникам вина, але і виробникам турпродукту) [11].

До слабких сторін соціально-економічного розвитку Херсонського регіону можна віднести недосконалий стан транспортної інфраструктури, значна відстань периферійних районів від обласного центру, зношення матеріально-технічної бази туристичних, санаторно-оздоровчих та курортних закладів, рівень послуг низький при високих цінах. Туристична привабливість залежить не тільки від наявності туристичних ресурсів, а й від стану матеріально-технічної бази туризму та розвитку загальної інфраструктури (дороги, транспортне сполучення, комунікації тощо), збереження та відновлення пам'яток історії, культури, архітектури. Для покращення показників конкурентоспроможності регіону, окрім послуг, що входять до складу туристичного продукту, або так званих характерних послуг, активно мають пропонуватися супутні послуги.

**Висновки.** Особливість економіко-географічного розташування, природні-кліматичні умови, наявність історико-культурних пам'яток створюють сприятливі передумови для формування на Херсонщині високорентабельної туристичної галузі. Аналіз туристичних потоків у регіон показує, що наявність природних рекреаційних ресурсів, пам'яток культури національного і міжнародного значення, розвинутої інфраструктури та інших факторів ще не створює стабільної туристичної привабливості регіону. Потрібна комплексна програма розвитку регіонального туризму.

Організаційно-економічні аспекти формування стійкості функціонування туристичних підприємств і стратегічних орієнтирів їх розвитку повинні обов'язково включати питання виділення стратегічних зон господарювання і сегментації оточення підприємства в зовнішнім середовищі, як сферу народження нових потреб. Визначення оптимальних рекреаційно-туристичних зон, проектування та розбудова сучасних туристичних комплексів значно посилять конкурентоспроможність регіону.

### Література

1. Мельник О.В. Якість дозвілля як чинник формування туристичної привабливості території / О.В.Мельник // Вісник національного університету «Львівська політехніка». Менеджмент та підприємництво в Україні: етапи становлення і проблеми розвитку. – Львів: Вид-во НУ «ЛП». 2003. - №478. – С. 212-217.
2. Біосферний заповідник «Асканія-Нова». [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://ukrainaincognita.com/ru/pryrodno-zapovidnyi-fond/biosfernyi-zapovidnyk-askaniya-nova>
3. Статистична інформація // Статистичний щорічник України за 2011 рік. За редакцією О.Г.Осауленка. – С.559.

4. Сайт головного управління статистики у Херсонській області. [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://ks.ukrstat.gov.ua/statistichna-informatsiya/728-turizm/2057-turistichni-potoki-2000-2011-rr.html>
5. Мельник О.В. Інтегральний показник туристичної привабливості території: поняття та теоретичні аспекти / О.В.Мельник // Регіональна економіка, 2004. - №4. - С. 197-205.
6. Гринько Т.В. Удосконалення управління підприємствами туристичної сфери / Т.В.Гринько // Економіка. Фінанси. Право. - 2013. - №5. - С.13-15.
7. Шульгіна Л.М. Інноваційні технології вибору концепції маркетингу туристичного підприємства / Л.М.Шульгіна // Проблеми науки. - 2011. - № 10. - С.33-39.
8. Мальська М.П. Туристичний бізнес: теорія і практика / М.П.Мальська, В.В.Худо. - К: Центр учбової літератури, 2012. - 368с.
9. Шарко М.В., Донева Н.М. Регіональні аспекти сталого економічного розвитку Херсонської області. Доклад на Всеукраїнській науково-практичній конференції «Финансовый механизм и учетно-аналитическое обеспечение устойчивого экономического развития», Севастополь, 4-7 вересня 2013р.
10. Квартальнов В.А. Менеджмент туризма / В.А.Квартальнов. - М.: Финансовая статистика, 2002. - 256 с.
11. Новий об'єкт винного туризму в Херсонській області. [Електронний ресурс.] - Режим доступу: <http://ukrainaincognita.com/news/novyi-obekt-vynnogo-turyzmu-v-khersonskii-oblasti>

#### References

1. Melnyk O.V. Quality of leisure as a factor of tourism attractiveness / O.V.Melnyk // Bulletin of National University "Lviv Polytechnic" . Management and Business in Ukraine : stages and problems of development. - Lviv: publishing company "LP" . In 2003 . - № 478. - p. 212-217 .
2. Biosphere Reserve "Askania Nova". [Electronic resource]. - Mode of access : <http://ukrainaincognita.com/ru/pryrodo-zapovidnyi-fond/biosfernyi-zapovidnyk-askaniya-nova>
3. Statistical information // Statistical Yearbook of Ukraine for 2011. Edited O.G.Osaulenka . - p.559 .
4. The site of the Main Department of Statistics in the Kherson region. [Electronic resource]. - Mode of access: <http://ks.ukrstat.gov.ua/statistichna-informatsiya/728-turizm/2057-turistichni-potoki-2000-2011-rr.html>
5. Melnyk O.V. The integral indicator of tourist attractiveness of the area: the concept and theoretical aspects / O.V.Melnyk // Regional Economics , 2004. - № 4. - p. 197-205 .
6. Grynko T.V. Management improvement of tourist companies / T.V.Hryenko // Economy . Finance. Law . - 2013 . - № 5. - P.13 -15.
7. Shulgina L.M. Innovative marketing concepts of tourist enterprise / L.M.Shulgina // Problems of science. - 2011. - № 10. - P.33 - 39.
8. Malska M.P. Travel industry : theory and practice / M.P.Malska , V.V.Hudo . - K : Center of educational Literature , 2012. - 368 p.
9. Sharko M.V., Donieva N.M. Regional aspects of economic development of the Kherson region. Report of the All-Ukrainian scientific-practical conference "Financial mechanism and analytical support for sustainable economic development" , Sevastopol, September 4-7, 2013.
10. Kvartalnov V.A. Tourism Management / V.A.Kvartalnov . - Moscow: Financial Statistics , 2002. - 256 p.
11. The new facility of wine tourism in the Kherson region. [Electronic resource. ] - Access mode : <http://ukrainaincognita.com/news/novyi-obekt-vynnogo-turyzmu-v-khersonskii-oblasti>

Надійшла 13.09.2013; рецензент: д. е. н. Шарко М. В.

## ОЦІНКА РЕГІОНАЛЬНИХ ОСОБЛИВОСТЕЙ РОЗВИТКУ ВИЇЗНОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ

*У статті з використанням статистичних методів аналізу досліджено економічний стан та тенденції розвитку виїзного туризму за регіонами України, виявлено регіональні особливості розвитку сфери виїзного туризму. З метою ранжування регіонів країни за показниками розвитку виїзного туризму проведено рейтингове оцінювання регіонів для визначення лідерів областей та реалізації державної політики розвитку туризму в країні.*

*Ключові слова: статистика туризму, виїзний туризм, кількість обслугованих туристів, рейтинг регіонів, рейтингова оцінка.*

K. V. SIRENKO

Vadym Hetman Kyiv National Economic University, Kyiv, Ukraine

## ESTIMATION OF REGIONAL FEATURES OF OUTBOUND TOURISM DEVELOPMENT IN UKRAINE

*In the article by the use of statistical methods the economic condition and tendencies of outbound tourism development in Ukraine are analyzed. The regional features of outbound tourism development are estimated. Statistical rating estimation of the regions for determination of regions' leaders and realization of public policy of outbound tourism development in Ukraine is carried out. The perspectives of the development of outbound tourism market in Ukraine are also discussed in the article. According to the rating analysis in many regions of Ukraine, including Kirovograd, Ternopol, Sumy and other regions the potential of outbound tourism is used not enough. It indicates that the level of expenditure on the outbound tourism development depends on the economic situation and tendencies of regions development. If average population per income increases, the indicators of population's rest abroad are also increase. Therefore, improving the quality of life and providing of availability of tourist resources for all segments of the population are the basic state tasks in the sphere of tourism development in Ukraine.*

*Keywords: tourism statistics, outbound tourism, quantity of outbound tourists, regions' rating, rating estimation.*

**Постановка проблеми.** Як вид економічної діяльності виїзний туризм в Україні активно розвивається і здійснює прямий та опосередкований вплив на розвиток всієї інфраструктури регіонів країни. Виїзний туризм як один з пріоритетних видів туризму сьогодні відноситься до галузі, яка сприяє забезпеченню збільшення частки туризму у ВВП, збільшення внеску до доходу бюджету країни та є суттєвою складовою у вирішенні питань підвищення якості життя населення.

Мета статті полягає у дослідженні економічного стану та тенденцій розвитку туристичної сфери на основі виїзного туризму за регіонами України, аналізі регіональних особливостей розвитку виїзного туризму, а також в узагальненні принципів державної політики розвитку виїзного туризму в Україні.

**Аналіз останніх публікацій.** Економічні засади дослідження ринку туристичних послуг закладені у працях В. О. Квартальнова [5], І. В. Зоріна [5], Г. А. Яковлева [7], О. О. Соболевої [4], А. М. Єріної [1] та інших. Враховуючи динамічність та нерівномірність розвитку ринку туристичних послуг, зокрема виїзного туризму, питання вивчення стану туристичної діяльності за регіонами країни потребують окремих досліджень. В освітній та фаховій літературі недостатньо уваги приділено дослідженням стану економіки туристичної діяльності в регіональному розрізі та факторам, які впливають на розвиток виїзного туризму окремих регіонів, на що й спрямована дана стаття.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** Останні роки відпочинок за кордоном для українців стає дедалі популярнішим. Цьому в деякій мірі посприяли зниження цін на туристичні послуги та перельоти багатьма країнами під час економічної кризи. У ті роки показники виїзного туризму мали найменше скорочення, та, навіть, зростання. Доступність цін та висока якість туристичних послуг роблять виїзний туризм ще привабливішим для відпочиваючих на відміну від внутрішнього та в'їзного туризму. Тільки у Києві у 2012 році було зареєстровано 1125 юридичних осіб – суб'єктів туристичної діяльності, що в 1,6 раза більше, ніж у попередньому 2011 році [3]. Аналогічні тенденції спостерігаються і за іншими регіонами України. Так, за 2012 рік у більшості регіонів України, крім Кіровоградської, Львівської та Сумської областей, спостерігався значний приріст кількості виїзних туристів, табл. 1.

Лідерами серед регіонів України за темпами приросту кількості обслугованих виїзних туристів у 2012 році стали Рівненська, Харківська, Київська, Волинська області та АР Крим. У конкретному випадку увагу потрібно сконцентрувати на Кіровоградській, Львівській та Сумській областях з метою виявлення причин, що сприяли зменшенню в них кількості обслугованих виїзних туристів.

Для порівняння оцінки результатів діяльності суб'єктів туристичної діяльності (туроператорів та турагентів) щодо виїзного туризму за регіонами України за 2012 рік використовується рейтингова оцінка. Ознаковий простір рейтингу регіонів сформовано з таких показників, як  $x_1$  – кількість підприємств, що надавали туристичні послуги,  $x_2$  – кількість обслугованих виїзних туристів,  $x_3$  – вартість реалізованих

туристичних путівок виїзним туристам. Оскільки зазначені кількісні показники різнойменні та є стимуляторами, то їх стандартизацію доцільно здійснювати відношенням:

$$Z_{ij} = \frac{x_{ij}}{x_{\max}}, \quad (1)$$

де  $Z_{ij}$  – стандартизоване значення  $j$ -ї одиниці сукупності за  $i$ -м показником;  
 $x_{ij}$  – фактичні значення  $i$ -го показника  $j$ -ї одиниці сукупності;  
 $x_{\max}$  – максимальне значення  $i$ -го показника.

Таблиця 1

**Поділ регіонів України за темпами приросту (зменшення) кількості обслугованих виїзних туристів за 2012 рік**

| Темпи приросту (зменшення), % до попереднього року | Регіони  |
|--|--|
| Приріст більше 40%                                 | Рівненська, Харківська, Київська, Волинська області та АР Крим                           |
| Приріст 20 – 40%                                   | Вінницька, Луганська, Полтавська, Чернігівська, Черкаська області                        |
| Приріст 10 – 20%                                   | Житомирська, Тернопільська, Хмельницька, Херсонська, Дніпропетровська, Одеська області   |
| Приріст 0 – 10%                                    | Івано-Франківська, Миколаївська, Закарпатська, Чернівецька, Донецька, Запорізька області |
| Спад 15 – 25%                                      | Кіровоградська, Львівська, Сумська області   |

Джерело: власні розрахунки автора за даними Держстату України [6]

Для забезпечення однорідності сукупності із переліку регіонів доцільно вилучити міста Київ та Севастополь у зв'язку з їх особливим статусом та особливими умовами розвитку в них виїзного туризму.

Визначення інтегрального показника рейтингової оцінки регіонів  $G_j$  здійснювалося за формулою:

$$G_j = \frac{\sum Z_{ij}}{m}, \quad i = \overline{1, m}, \quad (2)$$

де  $m$  – кількість показників [1, с. 89].

Рейтинговий аналіз (табл. 2) результатів основних показників діяльності суб'єктів туристичної діяльності (туроператорів та турагентів) щодо виїзного туризму за регіонами України за 2012 рік показав, що лідерами рейтингу є: Харківська область – перше, Дніпропетровська область – друге, Донецька область – третє, Одеська область – четверте та Львівська область – п'яте місце. Аналіз результатів рейтингового оцінювання регіонів свідчить про те, що подорожують за кордон, переважно, жителі крупних мегаполісів, середньодушові доходи яких вищі за середні по Україні. Рівненська, Херсонська, Кіровоградська, Тернопільська та Сумська області виявилися на останньому місці в рейтингу регіонів за розвитком виїзного туризму. Слід зазначити, що саме ці регіони мають найнижчі показники середньодушових доходів населення порівняно з іншими регіонами країни. Такі результати підтверджують тезу про те, що рівень витрат на розвиток виїзного туризму суб'єктами туристичної діяльності напряму залежить від економічного стану та тенденції розвитку регіонів країни: якщо зростають середньодушові доходи, то відповідно і показники відпочинку населення країни за її межами. Покращення якості життя населення та забезпечення доступності туристичних ресурсів для всіх верств населення [2] є основними завданнями державної політики у сфері розвитку туризму в Україні.

### Висновки

Виїзний туризм в Україні може і повинен стати сферою реалізації ринкових механізмів, джерелом поповнення доходів бюджету країни, засобом загальнодоступного і повноцінного відпочинку й оздоровлення. Проведене рейтингове оцінювання регіонів за рівнем розвитку виїзного туризму показало, що подорожують за кордон, переважно, жителі крупних мегаполісів, зокрема Харківської, Дніпропетровської, Донецької, Одеської та Львівської областей, рівень середньодушових доходів населення в яких, як правило, вищий за середній по Україні. Рівненська, Херсонська, Кіровоградська, Тернопільська та Сумська області виявилися на останньому місці в рейтингу регіонів за розвитком виїзного туризму. Слід зазначити, що саме ці регіони мають найнижчі показники середньодушових доходів населення порівняно з іншими регіонами країни. Такі результати підтверджують тезу про те, що рівень витрат на розвиток виїзного туризму суб'єктами туристичної діяльності напряму залежить від економічного стану та тенденції розвитку регіонів

країни: якщо зростають середньодушові доходи, то відповідно і показники відпочинку населення країни за її межами.

Таблиця 2

## Ранжування регіонів України за рівнем розвитку виїзного туризму у 2012 році

| Регіон            | $Z_1$ | $Z_2$ | $Z_3$ | $G_j$ | Ранги регіонів за рівнем розвитку |
|-------------------|-------|-------|-------|-------|-----------------------------------|
| АР Крим           | 0,717 | 0,154 | 0,164 | 0,345 | 7                                 |
| Вінницька         | 0,218 | 0,206 | 0,200 | 0,208 | 10                                |
| Волинська         | 0,201 | 0,095 | 0,097 | 0,131 | 17                                |
| Дніпропетровська  | 1,000 | 0,603 | 0,889 | 0,831 | 2                                 |
| Донецька          | 0,777 | 0,603 | 0,653 | 0,678 | 3                                 |
| Житомирська       | 0,160 | 0,083 | 0,111 | 0,118 | 19                                |
| Закарпатська      | 0,288 | 0,134 | 0,054 | 0,159 | 13                                |
| Запорізька        | 0,388 | 0,285 | 0,379 | 0,351 | 6                                 |
| Івано-Франківська | 0,263 | 0,110 | 0,069 | 0,147 | 16                                |
| Київська          | 0,165 | 0,167 | 0,125 | 0,152 | 15                                |
| Кіровоградська    | 0,153 | 0,062 | 0,060 | 0,092 | 23                                |
| Луганська         | 0,218 | 0,139 | 0,161 | 0,173 | 12                                |
| Львівська         | 0,534 | 0,726 | 0,275 | 0,511 | 5                                 |
| Миколаївська      | 0,173 | 0,106 | 0,113 | 0,130 | 18                                |
| Одеська           | 0,717 | 0,418 | 0,450 | 0,528 | 4                                 |
| Полтавська        | 0,308 | 0,166 | 0,227 | 0,234 | 8                                 |
| Рівненська        | 0,155 | 0,089 | 0,074 | 0,106 | 21                                |
| Сумська           | 0,133 | 0,052 | 0,067 | 0,084 | 25                                |
| Тернопільська     | 0,150 | 0,069 | 0,048 | 0,089 | 24                                |
| Харківська        | 0,895 | 1,000 | 1,000 | 0,965 | 1                                 |
| Херсонська        | 0,170 | 0,074 | 0,068 | 0,104 | 22                                |
| Хмельницька       | 0,223 | 0,176 | 0,171 | 0,190 | 11                                |
| Черкаська         | 0,258 | 0,097 | 0,117 | 0,158 | 14                                |
| Чернівецька       | 0,351 | 0,158 | 0,125 | 0,211 | 9                                 |
| Чернігівська      | 0,140 | 0,097 | 0,104 | 0,114 | 20                                |

Джерело: власні розрахунки автора за даними Держстату України [6]

Отже, незважаючи на значні позитивні тенденції, виїзний туризм в Україні ще не набув рівня, достатнього для реалізації туристичного потенціалу країни, особливо окремих її регіонів. Проведений аналіз та побудована рейтингова оцінка регіонів України за рівнем розвитку виїзного туризму показали, що в багатьох областях, зокрема Кіровоградській, Тернопільській, Сумській та інших, туристичний потенціал країни щодо виїзного туризму недостатньо використаний. Серед основних причин гальмування розвитку ринку виїзного туризму в зазначених регіонах слід відзначити: недоступність туристичних ресурсів для всіх верств населення через низький рівень життя, недосконалість системи державного регулювання туристичної діяльності; високий рівень податків; низький рівень інвестицій у розвиток економіки цих регіонів; невідповідність туристичних закладів міжнародним стандартам; недостатнє забезпечення туристичної галузі кваліфікованими спеціалістами; низька інформованість потенційних споживачів туристичного продукту тощо. Для забезпечення дієвості ринку туристичних послуг необхідно здійснити низку заходів щодо розвитку туристичної індустрії: удосконалення існуючої законодавчої бази та механізмів її реалізації; розвиток та впровадження фінансово-економічних механізмів для стимулювання туристичної діяльності та залучення інвестицій; підготовка кваліфікованих спеціалістів; рекламно-інформаційна підтримка.

## Література

1. Методологія наукових досліджень : навчальний посібник / Єріна А.М., Захожай В.Б., Єрін Д.Л. – К. : Центр навчальної літератури, 2004. – 212 с.



2. Про схвалення Концепції Державної цільової програми розвитку туризму і курортів на період до 2022 року : Проект Розпорядження Кабінету міністрів України [Електронний ресурс] – Режим доступу : [http://www.tourism.gov.ua/files/Zviazky\\_hromadsk/Proek\\_rozporyadzhenny\\_130130.pdf](http://www.tourism.gov.ua/files/Zviazky_hromadsk/Proek_rozporyadzhenny_130130.pdf).
3. Сайт Головного управління статистики у м. Києві [Електронний ресурс] – Режим доступу : <http://www.gorstat.kiev.ua>.
4. Соболева Е.А. Статистика туризма: Статистическое наблюдение : учеб. пособие / Е.А. Соболева. – М. : Финансы и статистика, 2004. – 160 с.
5. Туризм как вид деятельности: Учебник для студентов высш. учебн. заведений / И. В. Зорин, Т. П. Каверина, В. А. Квартальнов ; Российская междунар. академия туризма. – 2-е изд., перераб. – М. : Финансы и статистика, – 2008. – 286 с.
6. Туристична діяльність в Україні у 2012 році. [стат. бюлетень] / відп. за вип. І.В. Калачова. – К. : Держстат України, 2013. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.ukrstat.gov.ua>.
7. Яковлев Г.А. Экономика и статистика туризма : [учеб. пособие] / Г.А. Яковлев. – М. : РДЛ, 2003. – 240 с.

#### References

1. Yerina A.M., Zakhzhai V.B., Yerin D.L. Metodolohiia naukovykh doslidzhen : Navchalnyi posibnyk. Kyiv, Tsentr navchalnoi literatury, 2004. – 212 s.
2. Proekt Rozporiadzhennia Kabinetu ministriv Ukrainy «Pro skhvalennia Kontseptsii Derzhavnoi tsilovoi prohramy rozvytku turyzmu i kurortiv na period do 2022 roku» [Elektronnyi resurs] – Rezhym dostupu: [http://www.tourism.gov.ua/files/Zviazky\\_hromadsk/Proek\\_rozporyadzhenny\\_130130.pdf](http://www.tourism.gov.ua/files/Zviazky_hromadsk/Proek_rozporyadzhenny_130130.pdf) – Nazva z tytulu ekrana.
3. Sait Holovnoho upravlinnia statystyky u m. Kyievi [Elektronnyi resurs] – Rezhym dostupu: <http://www.gorstat.kiev.ua/> – Nazva z tytulu ekrana.
4. Soboleva E.A. Statistika turizma: Statisticheskoe nablyudenie: ucheb. Posobie. Moskow, Finansy i statistika, 2004. – 160 s.
5. I. V. Zorin, T. P. Kaverina, V. A. Kvartal'nov. Turizm kak vid deyatel'nosti: Uchebnik dlya studentov vyssh. uchebn. zavedenij; Rossijskaya mezhduнар. akademiya turizma. – 2-e izd., pererab. Moskow. Finansy i statistika, – 2008. – 286 s.
6. Turystychna diialnist v Ukraini u 2012 rotsi. [stat. biuleten] / vidp. za vyp. I.V. Kalachova. — K. : Derzhstat Ukrainy, 2013. [Elektronnyi resurs] – Rezhym dostupu: <http://www.ukrstat.gov.ua>.
7. Yakovlev G.A. Ehkonomika i statistika turizma : ucheb. Posobie. Moskow. RDL, 2003. – 240 s.

Надійшла 13.09.2013; рецензент: д. е. н. Бараник З. П.

**ЗАГАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ ЕКОНОМІКИ**

УДК 338.242.4

Ю. М. ВАРИЧ

Дніпропетровський національний університет імені Олеся Гончара

**УПРАВЛІННЯ РОЗВИТКОМ ІНФОРМАЦІЙНО-КОМУНІКАЦІЙНИХ  
ТЕХНОЛОГІЙ В КОНТЕКСТІ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ СТАЛОГО ЕКОНОМІЧНОГО  
РОЗВИТКУ КРАЇНИ**

*В статті встановлені залежності між рівнем розвитку інформаційно-комунікаційних технологій в країні, кількістю економічної інформації та темпами її економічного зростання. Встановлено базові орієнтири формування програм розвитку інформаційно-комунікаційних технологій.*

*Ключові слова: інформаційно-комунікаційні технології, розвиток, інформація, ринковий механізм.*

Y. M. VARICH

Dnepropetrovsk National University of Oles Gonchar

**MANAGEMENT OF INFORMATION AND COMMUNICATION TECHNOLOGIES IN  
THE CONTEXT OF SUSTAINABLE ECONOMIC DEVELOPMENT**

*This article mainly dealing with analyses of the impact which the process of deployment of the information and communication technologies has on the economy. The aim of the research is to establish the relationship between the level of information and communication technologies development in the country and pace of its economic growth by analyzing the impact of information and communication technologies on quantity of information in economic system. The results of the study shows that main impact of information and communication technologies on economy is not dealing with source of innovation or new sources of high-value-added jobs. Main impact is concern with the quantity of information and decision-making environment for economic agents. The link between information and communication technologies and quantity of information is not linear. Sustainable economic growth requires appropriate quantity of information, and in this context pace of economic growth will be negatively impacted by over- or underdeveloped information and communication technologies.*

*Keywords: information and communication technology development, information, market mechanism.*

**Вступ.** Ще у 1930-х роках Ф. Хайек, розмірковуючи над раціональним способом побудови економічної системи, прийшов до висновку, що саме нерівномірний розподіл інформації поміж економічними агентами є тією причиною, яка обумовлює неефективність її функціонування [1, 2]. Економічне ж сьогодення характеризується значним ускладненням бізнес-середовища під впливом багатьох факторів, серед яких розвиток інформаційно-комунікаційних технологій (ІКТ) відіграє не останню роль. Так, ще у 1960-х роках видатними соціологами та публіцистами того часу виказувались думки відносно того визначального впливу, який мають та будуть мати у майбутньому процеси розвитку ІКТ на всі складові життя суспільства. Так, М. Маклюєн запропонував термін «глобальне село», підкреслюючи той факт, що розвиток ІКТ стискає у крапку світ і дозволяє практично кожній людині спостерігати за віддаленими явищами, подіями та процесами у режиму реального часу [3, с. 106]. Схожу точку зору висловлювали у своїх працях й Е. Тофлер, М. Кастельс та ін. Від так, з одного боку ІКТ надають широкі можливості до отримання інформації, з іншого – сприяють появі нової інформації завдяки інтерактивності використання. Отже, повсюдне проникнення і широке розповсюдження ІКТ у повсякденному житті є причиною значного зростання обсягів інформації в економічній системі, яка потребує врахування економічними агентами при здійсненні ними економічних дій та прийняті рішень, оскільки сучасний глобалізований ринок вимагає якомога більшої поінформованості від його учасників. Від так, обрана тема є безперечно актуальною та потребує детального вивчення.

**Аналіз останніх досліджень.** Той факту, що ІКТ мають значний вплив на всі сторони життя сучасного суспільства не піддавався сумніву і визнавався науковими діячами беззаперечно. Про це свідчить значна кількість досліджень з названої тематики, також цьому питанню приділяють увагу міжнародні організації. Так, Всесвітній економічний форум систематично займаються оцінкою рівня розвитку ІКТ в низці країн, складаючи відповідний рейтинг кожного року за індексом мереживної готовності (ІМГ).

Значна кількість досліджень була спрямована на встановлення тієї економічної вигоди, яку отримувала економіка країни від розвитку ІКТ. Так, О. Шевчук зазначає, що існує багато праць в яких стверджується, що саме поява ІКТ створила економіку засновану на знаннях і вони й по сьогоднішній день є основною рушійною силою економічного розвитку, але якщо ж звернутись до темпів зростання ВВП у провідних країнах світу, то можна побачити їх уповільнення [4, с. 10]. Досить довго вважалось, що економічну вигоду від інвестицій в ІКТ отримала лише США. На початку ж 2000-х років з'явилися розрахунки економістів, які показали, що розвинені країни отримали від 0,3 до 0,8 відсотків економічного зростання за рахунок інвестицій в ІКТ, але, ці розрахунки мали досить суперечливий характер та не знайшли

широкої підтримки в наукових колах [4, с. 10].

У 2004–2005 рр. у низці праць наводились данні, які підтверджували позитивний взаємозв'язок між розвитком ІКТ та показником загальної продуктивності факторів виробництва, але при цьому лише знову ж таки тільки для США. Так, хоча й М. О'Махоні та М. Венчі в своїй праці того періоду вказували, що розвиток ІКТ має позитивний вплив на економічне зростання для США та Великобританії [5], але більш широкі дослідження, як то дослідження Б. ван Арка та М. Тіммера, чітко вказували, що в країнах ЄС джерело різниці у загальному показнику продуктивності факторів виробництва, на відміну від США, не пов'язане з впровадженням та розвитком ІКТ [6]. Останні ж дослідження також виявляють позитивний вплив повсюдного впровадження ІКТ на зростання продуктивності фактору праці, але знову ж таки лише для невеликої групи розвинутих країн на чолі якої США [7]. Для країн, що розвиваються таких взаємозалежностей встановити не вдається, хоча й є деякі підтвердження позитивного впливу ІКТ на продуктивність, але лише на рівні деяких компаній і тільки для Індії та Бразилії [8].

Загалом, же про неможливість надання сучасною наукою однозначної відповіді щодо взаємозалежності між станом та перспективами розвитку національної економіки та ІКТ зазначає в своїй праці й О. Шнипко [9, с. 116]. Я. Жаліло також наголошує на тому, що пряма підтримка розвитку ІКТ не в змозі здійснити кардинальних структурних зрушень в напрямку розвитку «нової економіки» та формування інформаційного суспільства, хоча й зауважує, що ІКТ, безперечно, є серцевиною «нової економіки». Таким чином, на сьогодні очевидного взаємозв'язку між розвитком ІКТ в країні та динамікою розвитку її економіки встановити не вдалось.

**Ціль статті.** Відповідно до вищенаведеного ціль статі можна визначити, як встановлення взаємозв'язку між рівнем розвитку ІКТ в країні та темпами розвитку її економіки, на основі аналізу впливу ІКТ на кількість економічної інформації.

**Результати дослідження.** Отже, безумовно можна стверджувати, що розвиток ІКТ в країні здійснює вплив на розвиток економічної системи, але врахування цього впливу через бачення ІКТ у якості джерела інновацій чи створення робочих місць та доданої вартості, як вже зазначалось, не надало результатів для абсолютної більшості країн. Загалом, необхідно зазначити, що ІКТ у першу чергу змінюють саме середовище ведення економічної діяльності, впливаючи на доступність інформації для економічних агентів та на сукупну кількість інформації в економічній системі.

В своїй праці Н. Ламороу, Д. Рафф та П. Темін зазначають: «На сьогоднішній день більш ніж інші фактори виробництва спроможність ефективно збирати та використовувати інформацію визначає чи буде фірма, галузь або, навіть, нація успішною чи ні» [10, с. 117]. Таким чином, спираючись на принцип методологічного індивідуалізму, який був висунутий К. Арроу [11], можна стверджувати, що економічна система буде функціонувати найефективніше у тому випадку, коли кожний економічний агент, що є її частиною також буде приймати найоптимальніші рішення, які безпосередньо залежать від тієї інформації, якою кожен з них володіє. Звідси можна цілком обґрунтовано припустити, що ІКТ впливають на ефективність функціонування економічної системи країни в першу чергу не через інновації, створення нових робочих місць, а через вплив на кількість інформації.

Безумовно ІКТ мають безпосереднє відношення до характеристики інформаційної розвиненості країни, але, як вже наголосувалось раніше, не можна отожднювати інформацію з її носієм чи каналом розповсюдження. Від так, ІМГ, що є більше характеристикою доступності носіїв інформації в економічній системі, не повністю відображає рівень інформаційної розвиненості країни, адже той факт, що носій інформації є доступним економічним агентам, не означає, що зміст інформації, носієм якого він є, буде використано. Зважаючи на це потрібно зазначити, що будь-яка характеристика ступеня інформаційної розвиненості країни в економічному аспекті є неповною без оцінки інформації з кількісного боку.

Така оцінка може бути проведена за використання показників фондового ринку, як це було продемонстровано у першому розділі цієї роботи. Якщо зміна ціни акції компанії відображає зміст інформації, що надходить до економічної системи та стосується цієї компанії, то зміна цін акцій всіх компаній з усіх секторів економіки буде відображати змістовність інформації, що надходить до економічної системи. Узагальнюючими показниками, що відображають таке надходження інформації, є фондові індекси.

Твердження про те, що коливання індексу відображає усю наявну інформацію в економічній системі виходить з поглядів засновника першого в світі фондового індексу та теорії технічного аналізу фондового ринку Ч. Доу. Він зазначав, що фондові індекси враховують все, тобто всю інформацію, що відома учасникам ринку. Цю точку зору поділяв також Ю. Фама, що у 1970 році висунув гіпотезу ефективного ринку, що стверджувала: «Ринкова ціна повністю відображає наявну інформацію» [12, с. 385]. Шість років потому цю гіпотезу поставив під сумнів С. Гросман навівши парадокс, який полягав у тому, що в жодного з економічних агентів не існує мотивів для пошуку інформації, якщо ціна є повністю інформативною, а отже й не має приводу стверджувати, що ціна є повністю інформативною [13]. Пізніше у 1980 році С. Гросман та Дж. Стігліц довели неможливість існування повністю інформативних ринкових цін [14] та Ю. Фама, погодився з цим і у 1991 році зазначив: «Зважаючи на наявність позитивних маргінальних витрат здійснення пошуку інформації абсолютна форма гіпотези ефективного ринку не є правильною» [15, с. 1575]. Звідси можна зробити висновок, що ринкова ціна і фондові індекси не відображають повністю

наявної на ринку інформації. Але слід відзначити той факт, що економічні агенти будуть здійснювати пошук інформації до тих пір, поки маргінальні витрати на її пошук не переважають маргінальну корисність від її використання. Враховуючи це можна стверджувати, що коливання фондових індексів не буде відображати лише ту інформацію, набуття якої не буде мати сенсу з точки зору корисності, а, отже, буде відображати усю інформацію, що є значущою та корисною. Звідси, їх використання для вимірювання кількості інформації дозволить максимально врахувати усю релевантну інформацію, що поступає на ринок.

Для здійснення розрахунку кількості інформації використаємо динаміку зміни фондового індексу Morgan Stanley Capital International (MSCI) для низки країн за період 2009–2012 рр. [16]. В таблиці 1 наведені дані щодо кількості інформації у низці країн та балів ІМГ, що характеризує рівень розвитку ІКТ.

Ключовим моментом при складанні індексу є класифікація ринків, яка здійснюється за трьома показниками: стабільність економічного розвитку, вимоги до розміру та рівня ліквідності компаній і відкритість та доступність ринку. Саме ці показники відображають ступінь вільності функціонування ринкового механізму і, відтак, обумовлюють повноту та здатність до акумуляції у фондовому індексі сукупності економічної інформації, яка вивільняється через ринковий механізм. Так, якщо дія ринкового механізму є обмеженою, наприклад, державним втручанням у перебіг економічних процесів, то відображення інформації коливаннями фондового індексу буде викривленим. Адже, в такому разі, не стільки сукупність економічної інформації визначає дії економічних агентів та вивільняється через них, скільки директивні дії уряду. Від так, чим більш зрілий та відкритий ринковий механізм сформовано в межах країни, тим більш повно та точно інформація вивільняється і може бути кількісно оцінена через коливання відповідного фондового індексу. Відповідно до названих критеріїв за методологією MSCI виділяють три види ринків: розвинуті ринки, ринки, що з'являються та граничні ринки. Найбільш зрілими ринковими механізмами володіють країни з групи розвинутих ринків.

Таблиця 1

**Кількість інформації та рівень розвитку ІКТ низки країн світу за період 2009–2012 років**

| Країни                          | Кількість інформації (зм. од.) |         |         |         |         | Рівень розвитку ІКТ (балли) |      |      |      |      |
|---------------------------------|--------------------------------|---------|---------|---------|---------|-----------------------------|------|------|------|------|
| Країни з розвиненим ринком      |                                |         |         |         |         |                             |      |      |      |      |
| Роки                            | 2008                           | 2009    | 2010    | 2011    | 2012    | 2008                        | 2009 | 2010 | 2011 | 2012 |
| Австралія                       | 2926,27                        | 2512,63 | 2648,15 | 3107,88 | 1750,14 | 5,29                        | 5,06 | 5,06 | 5,29 | 5,26 |
| Австрія                         | 2155,52                        | 1911,95 | 1628,51 | 1838,14 | 1154,73 | 5,22                        | 4,94 | 4,9  | 5,25 | 5,25 |
| Бельгія                         | 1857,13                        | 1466,23 | 1408,29 | 1601,1  | 1204,47 | 5,02                        | 4,86 | 4,8  | 5,13 | 5,1  |
| Канада                          | 2834,36                        | 2966,66 | 2303,46 | 2956,73 | 1851,91 | 5,41                        | 5,36 | 5,21 | 5,51 | 5,44 |
| Данія                           | 2514,07                        | 2238,29 | 2376,56 | 2642,09 | 2087,12 | 5,85                        | 5,54 | 5,29 | 5,7  | 5,58 |
| Фінляндія                       | 2337,38                        | 2358,63 | 1851,42 | 2256,49 | 1480,76 | 5,53                        | 5,44 | 5,43 | 5,81 | 5,98 |
| Франція                         | 2286,83                        | 2268,18 | 2094,4  | 2669,78 | 1713,63 | 5,17                        | 4,99 | 4,92 | 5,12 | 5,06 |
| Німеччина                       | 2185,07                        | 2513,26 | 2052,93 | 3060,35 | 1973,64 | 5,17                        | 5,16 | 5,14 | 5,32 | 5,43 |
| Ізраїль                         | 2036,38                        | 2092,32 | 2255,38 | 2733,23 | 1671,92 | 4,98                        | 4,58 | 4,81 | 5,24 | 5,39 |
| Швеція                          | 2319,48                        | 2916,14 | 2627,79 | 3675,37 | 2449,04 | 5,84                        | 5,65 | 5,6  | 5,94 | 5,91 |
| Великобританія                  | 2175                           | 2035,85 | 1663,19 | 2182    | 1541,67 | 5,27                        | 5,17 | 5,12 | 5,5  | 5,64 |
| США                             | 2375,4                         | 1917,33 | 1577,34 | 2290,52 | 1421,7  | 5,68                        | 5,46 | 5,33 | 5,56 | 5,57 |
| Нідерланди                      | 2214,72                        | 2186,16 | 2056,53 | 2469,52 | 1668,57 | 5,48                        | 5,32 | 5,19 | 5,6  | 5,81 |
| Нова Зеландія                   | 1854,54                        | 1760,31 | 1417,94 | 1591,45 | 1333,3  | 5,04                        | 4,94 | 5,03 | 5,36 | 5,25 |
| Норвегія                        | 3323,2                         | 3068,35 | 2690,68 | 3312,66 | 2200,61 | 5,49                        | 5,22 | 5,21 | 5,59 | 5,66 |
| Португалія                      | 1795,99                        | 1729,78 | 1838,83 | 1883,04 | 1062    | 4,63                        | 4,41 | 4,5  | 4,63 | 4,67 |
| Японія                          | 2209,89                        | 1995,06 | 1583,79 | 1905,1  | 1272,33 | 5,19                        | 4,89 | 4,95 | 5,25 | 5,24 |
| Іспанія                         | 2563,01                        | 2648    | 2714,63 | 2703,68 | 1753,39 | 4,5                         | 4,37 | 4,33 | 4,54 | 4,51 |
| Гонконг                         | 2216,97                        | 2506,2  | 1878,28 | 2661,48 | 1769,29 | 5,3                         | 5,33 | 5,19 | 5,46 | 5,4  |
| Ірландія                        | 1917,92                        | 1329,33 | 1057,85 | 920,478 | 706,062 | 5,03                        | 4,82 | 4,71 | 5,02 | 5,05 |
| Країни з ринком, що з'являється |                                |         |         |         |         |                             |      |      |      |      |
| Бразилія                        | 4920,05                        | 4256,75 | 4039,91 | 4285,73 | 2841,99 | 3,94                        | 3,8  | 3,9  | 3,92 | 3,97 |
| Індія                           | 3042,01                        | 3184,38 | 2912,92 | 3116,25 | 2189,62 | 4,03                        | 4,09 | 4,03 | 3,89 | 3,88 |
| Єгипет                          | 2911,32                        | 2702,69 | -       | -       | -       | 3,76                        | 3,67 | -    | -    | -    |
| Угорщина                        | 2778,66                        | 3166,53 | 3248,95 | 3123,48 | 1765,77 | 4,28                        | 3,98 | 4,03 | 4,3  | 4,29 |
| Індонезія                       | 2883,22                        | 3525,55 | 4028    | 5375,02 | 3384,97 | 3,62                        | 3,72 | 3,92 | 3,75 | 3,84 |
| Малайзія                        | 1422,73                        | 1572,95 | 1821,77 | 2517,74 | 1592,38 | 4,76                        | 4,65 | 4,74 | 4,8  | 4,82 |
| Російська Федерація             | 3984,18                        | 3362,87 | -       | -       | 2245,02 | 3,77                        | 3,58 | 3,69 | -    | -    |
| ЮАР                             | 2859,46                        | 3088,83 | 2922,56 | 4030,82 | 3118,94 | 4,07                        | 3,78 | 3,86 | 3,87 | 3,87 |
| Тайвань                         | 2443,06                        | 2289,36 | 2211,33 | 2853,76 | 1967,56 | 5,3                         | 5,2  | 5,3  | 5,48 | 5,47 |
| Таїланд                         | 2597,01                        | 2854,16 | 3239,1  | 5020,42 | 3642,47 | 4,14                        | 3,97 | 3,89 | 3,78 | 3,86 |
| Країни з граничними ринками     |                                |         |         |         |         |                             |      |      |      |      |
| Казахстан                       | -                              | -       | -       | 3542,06 | 2400,59 | -                           | -    | -    | 4,03 | 4,32 |
| Румунія                         | -                              | -       | -       | 4449,64 | 2836,67 | -                           | -    | -    | 3,9  | 3,86 |
| Словенія                        | -                              | -       | -       | 2260,81 | 1658,41 | -                           | -    | -    | 4,58 | 4,53 |
| Україна                         | -                              | -       | -       | 3878,49 | -       | -                           | -    | -    | 3,85 | -    |

На рис. 1 наведена залежність для низки країн за період 2009–2012 рр. між кількістю економічної інформації та значенням ІМГ, що характеризує ступінь розвитку ІКТ та, відповідно, рівень доступності носіїв інформації.

Слід зазначити, що при знаходженні залежності з всієї сукупності країн кілька було виключено з політичних чи економічних причин з метою досягнення однорідності даних.

З даних рис. 1 можна побачити, що кількість економічної інформації в країні залежить від рівня розвитку ІКТ, і така залежність носить квадратичний характер, що суперечить очевидному висновку про те, що зростання рівня доступності інформаційних носіїв буде збільшувати кількість інформації в економічній системі. Встановлена квадратична залежність досить чітко простежується по роках. Отримані значення коефіцієнту детермінації  $R^2$  за шкалою Чеддока вказують, що ступінь взаємозв'язку кількості економічної інформації та рівня розвитку ІКТ в країні можна класифікувати як значущий чи високий. Емпіричні значення критерію Фішера у кожному випадку суттєво більші за критичні значення, що говорить про високу надійність отриманих рівнянь.

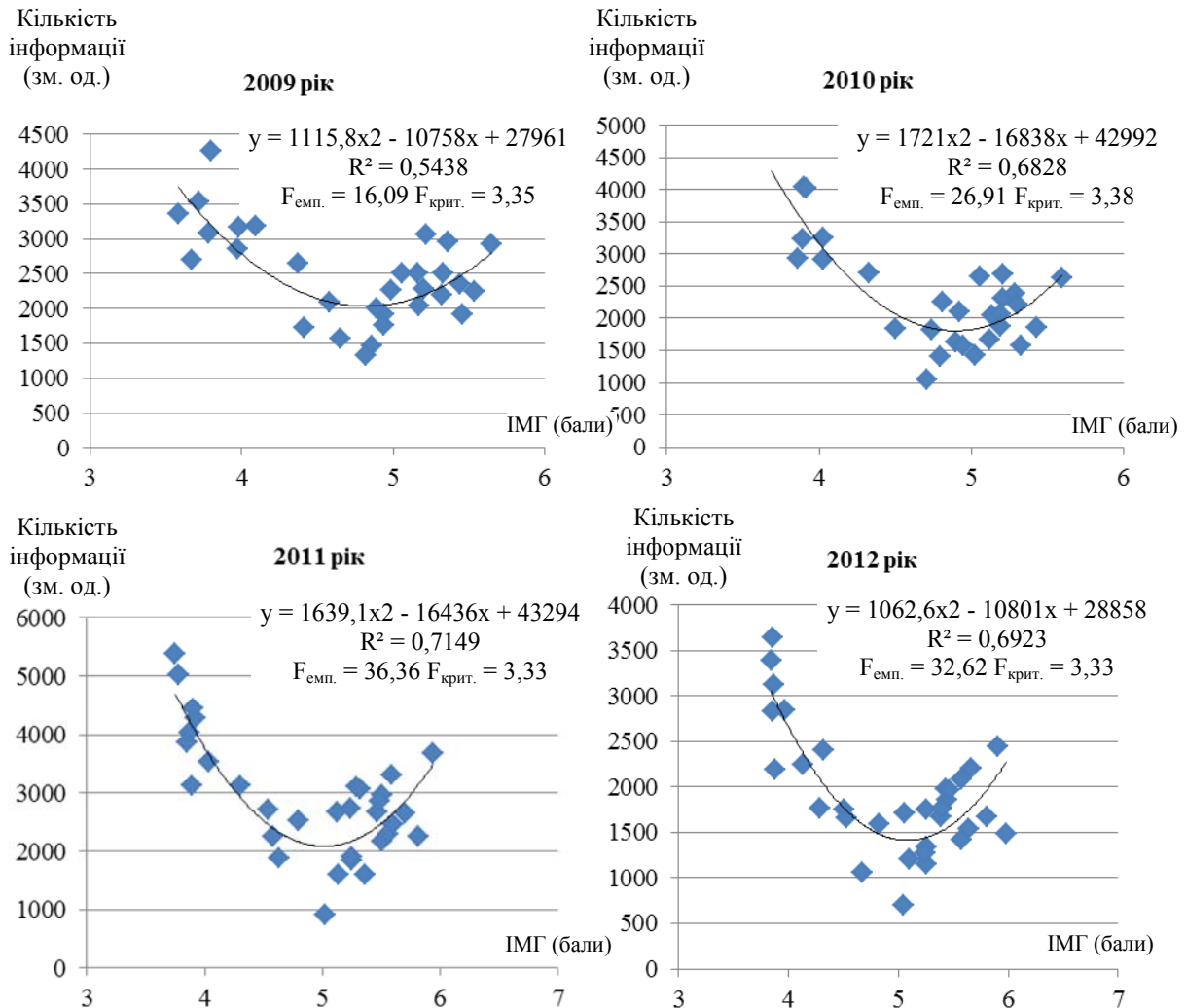


Рис. 1. Залежність кількості економічної інформації від рівня розвитку ІКТ для низки країн світу за період 2009–2012 рр.

Отже, підвищення рівня доступності інформаційних носіїв в країні сприяє спочатку зменшенню кількості економічної інформації, а лише потім її збільшенню. Таку тенденцію можливо пояснити беручи до уваги, що економічна інформація в даному випадку розуміється з позиції її змістовності, чи, інакше, значущості для економічного агента, що є її споживачем. Припустимо, що приймаючи рішення економічний агент має суттєво обмежений доступ до інформаційних носіїв чи з технічних причин, чи з причин дорожнечі. За таких умов загальна кількість доступних економічному агенту інформаційних носіїв є малою. З цієї сукупності ще менша частина містить релевантну інформацію стосовно рішення, яке він приймає. Отже, зміст кожного інформаційного носія для економічного агента має високу цінність. З розвитком ІКТ кількість доступних інформаційних носіїв збільшується і є цілком логічним, що, приймаючи рішення, економічний агент буде більш зважено підходити до оцінки змісту кожного з них, зважаючи на зміст інших. Отже, можна стверджувати, що змістовність кожного конкретного носія буде спадати із зростанням рівня

доступності носіїв, що сприятиме зменшенню кількості інформації. Але разом з цим ІКТ також сприяють і збільшенню кількості інформації, адже інтенсифікація їхнього використання та широке розповсюдження стали причиною появи нових видів діяльності, професій, навчальних напрямів та значної кількості літератури, якої до цього не існувало. Також з широким розповсюдженням ІКТ, зокрема мережі інтернет, почали з'являтися загалом нові джерела інформації, яких раніше не було. Прикладом таких джерел можуть слугувати інтернет-форуми чи соціальні мережі, що, в свою чергу сприяє збільшенню кількості інформації. Зростання кількості інформації чи її зменшення повністю буде залежати від того, яка тенденція буде переважати.

Отже, кількість інформації є невід'ємною частиною середовища прийняття рішення для економічного агента. В цьому аспекті постає питання про взаємозв'язок кількості інформації та успішності функціонування окремого економічного агента та всієї економічної системи в цілому. Розглядаючи таку залежність необхідно визначитись яка ж кількість інформації теоретично є оптимальною. Так можна цілком припустити, що найоптимальніше рішення економічний агент прийме лише маючи якомога повніший обсяг інформації. З цієї точки зору логіка підказує, що чим менша кількість інформації в економічній системі знаходиться, тим скоріш її економічний агент зможе обробити та прийняти оптимальне рішення. Але жодна країна не знаходиться в економічній ізоляції і це необхідно враховувати. Безумовно успішність функціонування економіки країни вже давно не залежить лише від факторів з національного середовища, а її показники залежать також від тих подій, які відбуваються у світовій економіці. Від так, ефективність прийняття рішень економічними агентами вже не тільки визначається кількістю інформації з національного середовища, а й кількістю інформації з інших країн.

Загалом для економічного агента не стільки важлива безпосередньо кількість інформації в економічній системі, скільки те, щоб цієї кількості інформації було достатньо для прийняття оптимального рішення. Тому, спираючись на викладене вище, можна зробити висновок, що пошук залежності лише між абсолютним значенням кількості економічної інформації в конкретній країні та успішністю функціонування її економіки, наприклад, таким показником, як темпи зростання ВВП, є недоцільним.

Таким чином, можна також стверджувати, що для успішного функціонування в економічній системі повинна знаходитись така оптимальна кількість інформації, що містила б не тільки інформацію з національного середовища, але й релевантну інформацію з зовнішнього середовища по відношенню до національної економічної системи. Отже, можна зробити обгрунтоване припущення, що кількість інформації в економічній системі країни повинна бути наближеною до усередненого значення кількості інформації по групі схожих країн з якими вона має економічні зв'язки. Звідси, саме відхилення кількості інформації від усередненого значення буде впливати на економічні показники.

Звернемось до таблиці 2, в якій наведені для низки країн абсолютні значення відхилення кількості інформації від усередненого значення по групі країн з розвиненим ринком та відповідні значення темпів зростання ВВП за період 2010–2011 рр.

Таблиця 2

**Абсолютне відхилення кількості інформації та темпи зростання ВВП для низки країн за період 2010–2011 рр.**

| Країна                     | Кількість інформації<br>(зм. од.) |          | Абсолютне відхилення<br>кількості інформації від<br>середнього по групі<br>(зм. од.) |           | Темпи приросту ВВП<br>(%) |           |
|----------------------------|-----------------------------------|----------|--|-----------|---------------------------|-----------|
|                            | 2010                              | 2011     | 2010   | 2011      | 2010                      | 2011      |
| Країни з розвиненим ринком |                                   |          |  |           |                           |           |
| Роки                       | 2010                              | 2011     | 2010   | 2011      | 2010                      | 2011      |
| Австралія                  | 2648,152                          | 3107,881 | 694,3218   | 748,3281  | 1,0010421                 | 0,7251526 |
| Австрія                    | 1628,512                          | 1838,141 | 325,3183   | 521,4119  | 1,7529648                 | 2,2835515 |
| Бельгія                    | 1408,293                          | 1601,103 | 545,5372   | 758,4499  | 1,4892151                 | 0,6261074 |
| Канада                     | 2303,461                          | 2956,731 | 349,6308   | 597,1781  | 2,0062707                 | 1,3976423 |
| Данія                      | 2376,557                          | 2642,094 | 422,7267   | 282,5411  | 1,1270394                 | 0,6889756 |
| Фінляндія                  | 1851,418                          | 2256,492 | 102,4122   | 103,0609  | 2,8525572                 | 2,2659857 |
| Франція                    | 2094,396                          | 2669,78  | 140,5658   | 310,2271  | 1,1079752                 | 1,1410941 |
| Німеччина                  | 2052,931                          | 3060,348 | 99,1007  | 700,7951  | 4,3174313                 | 3,0027596 |
| Ізраїль                    | 2255,376                          | 2733,231 | 301,5457   | 373,6781  | 2,9480375                 | 2,7880502 |
| Великобританія             | 1663,192                          | 2182,002 | 290,6382   | 177,5509  | 1,0606964                 | -0,014565 |
| США                        | 1577,34                           | 2290,522 | 376,4903   | 69,0309   | 2,1631209                 | 0,9681627 |
| Нідерланди                 | 2056,525                          | 2469,523 | 102,6947   | 109,9701  | 1,1092601                 | 0,5225562 |
| Нова Зеландія              | 1417,938                          | 1591,449 | 535,8923   | 768,1039  | -1,007878                 | 0,1175924 |
| Норвегія                   | 2690,683                          | 3312,661 | 736,8528   | 953,1081  | -0,569795                 | 0,1395136 |
| Сінгапур                   | 1947,84                           | 2617,652 | 5,9902   | 258,0991  | 12,749034                 | 2,7240425 |
| Греція                     | 1682,513                          | 1130,578 | -  | 1228,9749 | -5,218257                 | -6,980627 |
| Ірландія                   | 1057,851                          | 920,478  | 895,9793   | -         | -0,77237                  | -1,538801 |

Цей період був обраний тому, що у 2008–2009 рр., ринкові механізми країн були сковані кризовими явищами, а, отже, встановлювати залежність між темпами зростання ВВП та кількісними показниками економічної інформації немає сенсу.

На рис. 2 наведені дані зі співставленням темпів зростання ВВП та відхилення кількості інформації для групи країн з розвиненими ринками.

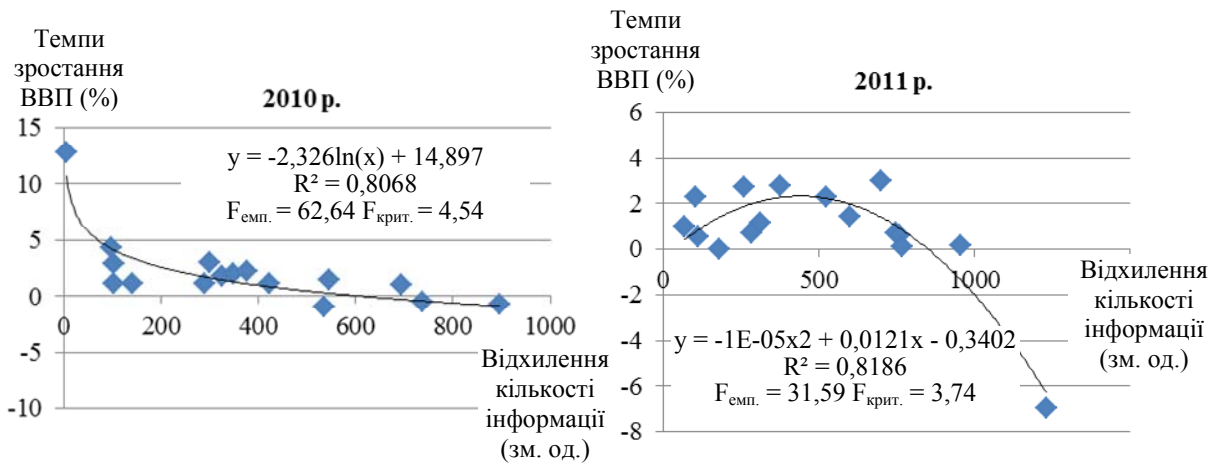


Рис. 2. Залежність темпів приросту ВВП від абсолютного значення відхилення кількості інформації у групі країн з розвиненим ринком у період 2010–2011 рр.

Залежності наведені на рис. 2, які мають явну низхідну динаміку, за значеннями коефіцієнтів детермінації можна характеризувати як значні та високі. В кожному випадку емпіричні значення критерію Фішера значно вищі за критичні значення, що говорить про достатню надійність отриманих рівнянь.

Таким чином, спираючись на дані рис. 2 можна стверджувати, що зі збільшенням відхилення кількості інформації в країні від усередненого значення кількості інформації по відповідній групі країн, показники приросту ВВП знижуються. Так недостатній чи, навпаки, надлишковий обсяг інформації створює несприятливе середовище прийняття рішень для економічних агентів, що, в свою чергу, негативно позначається на ефективності функціонування всієї економічної системи. Отже, чим більшим буде відхилення, тим меншими будуть показники приросту ВВП.

Аналіз зв'язку рівня розвитку ІКТ в країні та відхилення кількості інформації найдоцільніше проводити серед країн, що дотримуються єдиного вектору економічного розвитку, діють за єдиними правилами у регулюванні економічних процесів та мають схожу чи, загалом, єдину стратегію розвитку ІКТ. Тоді, за інших рівних різниця у ефективності функціонування таких економічних систем може бути пояснена за рахунок різниці у ефективності прийняття економічних рішень окремими економічними агентами, яка, в свою чергу, обумовлюється наявною в них інформацією та, загалом, рівнем її доступності. Очевидно, що групою країн, які відповідають названим умовам є країни-члени ЄС. На рис. 3 наведена залежність абсолютного значення відхилення кількості інформації в економічній системі від ступеня розвитку ІКТ для зазначених країн.

Слід зазначити, що з розрахунків цієї залежності була додатково виключена Великобританія та Швеція, оскільки вони не є учасниками Єврозони, що не дозволяє порівнювати ефективність функціонування їхніх економічних систем з іншими країнами, економіки яких пов'язані єдиною валютою. Так отримані коефіцієнти детермінації квадратичних залежностей, що наведені на рис. 3 дозволяють говорити про сильний взаємозв'язок між ступенем розвитку ІКТ та відхиленням кількості інформації у економічній системі. При цьому отримані залежності є надійними, оскільки емпіричні значення коефіцієнтів Фішера у кожному випадку більші за критичні.

**Висновки.** Отже, беручи до уваги встановлені залежності між кількістю економічної інформації, ступенем розвитку ІКТ та темпами приросту ВВП, можна зазначити, що розвиток ІКТ нелінійно пов'язаний із відхиленням кількості інформації у економічній системі від оптимального значення. Поступове збільшення рівня розвитку ІКТ супроводжується поступовим наближенням кількості економічної інформації до оптимального значення. Зростання рівня доступності та, загалом, кількості інформаційних носіїв сприяє більш поміркованому та зваженому прийняттю рішень економічними агентами. Але подальший розвиток ІКТ, який виражається, в першу чергу, у масовому їх розповсюдженні, сприяє, так би мовити, інформаційному перенасиченню і відхиленню кількості інформації від оптимального значення. Це знаходить своє вираження у появі таких термінів, як спам, інформаційне перевантаження і ускладнює прийняття економічним агентом зважених рішень.

Відтак, ІКТ безумовно впливають на економічне зростання, але такий вплив не проявляється, у першу чергу, в створенні нових робочих місць чи масовому розповсюдженні інновацій. Розвиток ІКТ в

країні в першу чергу впливає на кількість інформації у економічній системі, що обумовлює характер середовища прийняття рішень для економічних агентів. Такий вплив є нелінійним, а відносний характер показника оптимальної кількості інформації значно ускладнює формування політики розвитку ІКТ та загалом створення сприятливого середовища ведення економічної діяльності.

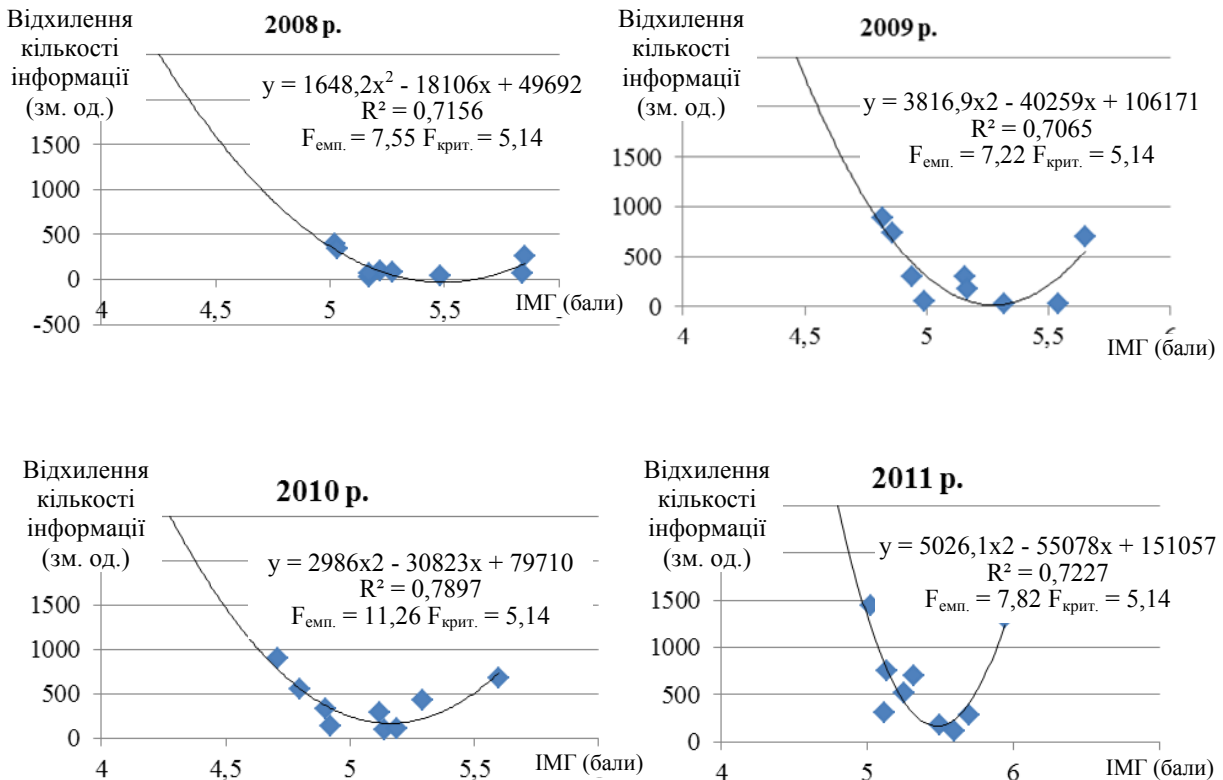


Рис. 3. Залежність відхилення кількості інформації у групі країн ЄС від рівня розвитку ІКТ у період 2008–2011 рр.

Спираючись на все наведене вище, можна стверджувати, що основною ціллю політики розвитку ІКТ в країні повинно стати досягнення саме достатнього рівня їхнього розвитку, який забезпечить досягнення оптимальної кількості інформації в економічній системі. В цьому контексті слід також відмітити, що програми розвитку ІКТ в країні повинні формуватись з урахуванням зовнішнього оточення, оскільки недостатній чи надлишковий рівень розвитку ІКТ відносно відповідних показників у країнах, які мають значний вплив на економіку першої, буде мати негативні наслідки для її економічного розвитку.

### Література

1. Hayek F. Economics and Knowledge // *Economica*, New Series – 1937. – Vol. 4 – №. 13 – pp. 33–54 / [Електрон. ресурс] / F. Hayek – Режим доступу : URL: <http://www.jstor.org/stable/2548786>
2. Hayek F. The Use of Knowledge in Society // *The American Economic Review* – 1945. – Vol. 35 – №. 4 – pp. 519–530 / [Електрон. ресурс] / F. Hayek – Режим доступу : URL: <http://www.jstor.org/stable/1809376>
3. Понимание Медиа: Внешние расширения человека / Маклюэн Г. М. ; [Пер. с англ. В. Николаева]. – М. : «КАНОН-пресс-Ц», «Кучково поле», 2003. – 464 с.
4. Шевчук О. Б. Економіка основана на знаннях: соціально-економічні тенденції / О. Б. Шевчук // *Економіка і прогнозування* – 2005. – №3 – С. 7–18.
5. O'Mahony M., Vecchi M. Quantifying the Impact of ICT Capital on Output Growth: A Heterogeneous Dynamic Panel Approach // *Economica*, New Series – 2005. – Vol. 72 – No. 288 – pp. 615–633 [Електронний ресурс] / M. O'Mahony, M. Vecchi. – Режим доступу : <http://www.jstor.org/stable/3548947>
6. Arce B. Does Information and Communication Technology Drive EU-US Productivity Growth Differentials? // *Oxford Economic Papers* – 2005. – № 57 (4) – pp. 693–716 / [Електрон. ресурс] / B. Arce, L. Timmer. – Режим доступу : <http://www.jstor.org/stable/3488862>
7. Dimelis P. Technical Efficiency and the Role of ICT: A Comparison of Developed and Developing Countries Sophia Emerging // *Markets Finance & Trade* – 2011. – № 47. – pp. 40–53 / [Електронний ресурс] / P. Dimelis, S. K. Papaioannou. – Режим доступу : <http://www.jstor.org/stable/23047100>
8. Commander S. Menezes-Filho N. ICT and productivity in developing countries: new firm-level evidence from Brazil and India *The Review of Economics and Statistics* – 2011. – № 93 (2) – pp. 528–541 / [Електронний ресурс] / S. Commander, R. Harrison, N. Menezes-Filho. – Режим доступу : <http://www.jstor.org/stable/23015952>



9. Шнипко О.С. Національний розвиток інформаційно-комунікаційних технологій і конкурентоспроможність / О.С. Шнипко // Економіка і прогнозування – 2007. – №7 – С. 116–129
10. Lamoreaux, N., Raff, D. M. G., Temin, P. Learning by Doing in Markets, Firms, and Countries – Chicago: The University of Chicago Press, 1999. – 356 p.
11. Arrow K.J. Methodological Individualism and Social Knowledge // American Economic Review – 1994. – Vol.84 – No. 2 – pp. 1–9 / [Електронний ресурс] / К.Дж. Арроу. – Режим доступу : URL: <http://www.jstor.org/stable/2117792>
12. Fama E. Efficient Capital Markets: A Review of Theory and Empirical Work // Journal of Finance – 1970. – Vol. 45 – pp. 383–417 / [Електронний ресурс] / Е. Фаме. – Режим доступу : URL: <http://www.jstor.org/stable/2325486>
13. Grossman S. J. On the Efficiency of Competitive Stock Markets where Traders have Diverse Information // Journal of Finance – 1976. – Vol. 51 – No. 2 – pp. 573–585 / [Електронний ресурс] / С. Дж. Гроссман. – Режим доступу : URL: <http://www.jstor.org/stable/2326627>
14. Grossman S. J. On the Impossibility of Informationally Efficient Markets // American Economic Review – 1980. – Vol. 70 – No. 2 – pp. 393–408 / [Електронний ресурс] / С. Дж. Гроссман, Дж. Е. Стигліц. – Режим доступу : URL: <http://www.jstor.org/stable/1805228>
15. Fama E. Efficient Capital Markets II // The Journal of Finance – 1991. – Vol. 46 – №. 5 – pp. 1575–1617 / [Електронний ресурс] / Е. Фаме. – Режим доступу: URL: <http://www.jstor.org/stable/2328565>
16. MSCI Index Performance [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [http://www.msicibarra.com/products/indices/international\\_equity\\_indices/performance.html](http://www.msicibarra.com/products/indices/international_equity_indices/performance.html)

## References

1. Hayek F. Economics and Knowledge // *Economica*, New Series – 1937. – Vol. 4 – No. 13 – pp. 33–54 / [Електрон. ресурс] / Ф. Хайек – Спосіб доступу: URL: <http://www.jstor.org/stable/2548786>
2. Hayek F. The Use of Knowledge in Society // *The American Economic Review* – 1945. – Vol. 35 – No. 4 – pp. 519–530 / [Електрон. ресурс] / Ф. Хайек – Спосіб доступу: URL: <http://www.jstor.org/stable/1809376>
3. Makliun H. M. Ponymanye Medya: Vneshnye rasshyreniya cheloveka / Per. s anhl. V. Nykolaeva; Zakl. st. M. Vavylova. — М.; Zhukovskiy: «KANON-press-Ts», «Kuchkovo pole», 2003. — 464 s.
4. Shevchuk O. B. *Ekonomika osnovana na znanniakh: sotsialno-ekonomichni tendentsii*// *Ekonomika i prohnozuvannia* – 2005. – №3 – S. 7–18
5. O'Mahony M., Vecchi M. Quantifying the Impact of ICT Capital on Output Growth: A Heterogeneous Dynamic Panel Approach // *Economica*, New Series – 2005. – Vol. 72 – No. 288 – pp. 615–633 / [Електрон. ресурс] / М. О'Махоні, М. Веччі – Режим доступу: <http://www.jstor.org/stable/3548947>
6. Arce B., Timmer L. Does Information and Communication Technology Drive EU-US Productivity Growth Differentials? // *Oxford Economic Papers* – 2005. – № 57 (4) – pp. 693–716 / [Електрон. ресурс] / В. Арсе, Л. Тиммер – Режим доступу: <http://www.jstor.org/stable/3488862>
7. Dimelis P., Papaioannou S. K. Technical Efficiency and the Role of ICT: A Comparison of Developed and Developing Countries *Sophia Emerging // Markets Finance & Trade* – 2011. – № 47. – pp. 40–53 / [Електрон. ресурс] / Р. Діміліс, С. К. Папаіоанну – Режим доступу: <http://www.jstor.org/stable/23047100>
8. Commander S., Harrison R., Menezes-Filho N. ICT and productivity in developing countries: new firm-level evidence from Brazil and India *The Review of Economics and Statistics* – 2011. – № 93 (2) – pp. 528–541 / [Електрон. ресурс] / С. Коммандер, Р. Гаррісон, Н. Менезес-Фільо – Режим доступу: <http://www.jstor.org/stable/23015952>
9. Shnyrko O. S. *Natsionalnyi rozvytok informatsiino-komunikatsiinykh tekhnolohii i konkurentospromozhnist*// *Ekonomika i prohnozuvannia* – 2007. – №7 – S. 116–129
10. Lamoreaux, N., Raff, D. M. G., Temin, P. Learning by Doing in Markets, Firms, and Countries – Chicago: The University of Chicago Press, 1999. – 356 p.
11. Arrow K. J. Methodological Individualism and Social Knowledge // *American Economic Review* – 1994. – Vol.84 – No. 2 – pp. 1–9 / [Електрон. ресурс] / К. Дж. Арроу – Режим доступу: URL: <http://www.jstor.org/stable/2117792>
12. Fama E. Efficient Capital Markets: A Review of Theory and Empirical Work // *Journal of Finance* – 1970. – Vol. 45 – pp. 383–417 / [Електрон. ресурс] / Е. Фаме – Режим доступу: URL: <http://www.jstor.org/stable/2325486>
13. Grossman S. J. On the Efficiency of Competitive Stock Markets where Traders have Diverse Information // *Journal of Finance* – 1976. – Vol. 51 – No. 2 – pp. 573–585 / [Електрон. ресурс] / С. Дж. Гроссман – Режим доступу: URL: <http://www.jstor.org/stable/2326627>
14. Grossman S. J., Stiglitz, J. E. On the Impossibility of Informationally Efficient Markets // *American Economic Review* – 1980. – Vol. 70 – No. 2 – pp. 393–408 / [Електрон. ресурс] / С. Дж. Гроссман, Дж. Е. Стигліц – Режим доступу: URL: <http://www.jstor.org/stable/1805228>
15. Fama E. Efficient Capital Markets II // *The Journal of Finance* – 1991. – Vol. 46 – No. 5 – pp. 1575–1617 / [Електрон. ресурс] / Е. Фаме – Режим доступу: URL: <http://www.jstor.org/stable/2328565>
16. MSCI Index Performance / [Електрон. ресурс] – Режим доступу: [http://www.msicibarra.com/products/indices/international\\_equity\\_indices/performance.html](http://www.msicibarra.com/products/indices/international_equity_indices/performance.html)

Надійшла 21.09.2013; рецензент: д. е. н. Хамініч С. Ю.

## ФУНКЦІОНАЛЬНІ ЕЛЕМЕНТИ МЕНЕДЖМЕНТУ ТВОРЧОСТІ

*В статті розглядаються питання структуризації та оптимізації менеджменту творчості, а також проблема знаходження оптимальних рішень при організації креативно-інноваційної діяльності. Запропоновано розглядати поняття «креативний менеджмент» (менеджмент творчості) різних підходів, зокрема системного, функціонального, ситуаційного, поведінкового та адміністративного. Виділено функціональні елементи менеджменту творчості.*

*Ключові слова: творчість, менеджмент творчості, креативність, оптимізація менеджменту творчості.*

O. Y. YAKIV

SHEE «Precarpatian National University named after Vasyl Stefanyk»

## FUNCTIONAL ELEMENTS OF MANAGEMENT OF CREATIVITY

*The article considered the structuring and optimization of management creativity and the problem of finding optimal solutions in organizing creative and innovative activities. Proposed to consider the concept of "creative management" (management creativity) different approaches, including systemic, functional, situational, behavioural and administrative. Highlighted the functional elements of management creativity.*

*Keywords: creative, management of creativity, creativity, optimization management of creativity.*

### Вступ

Технологія успішного управління креативною діяльністю передбачає розробку відповідної методики та організаційно-управлінської системи, які б стимулювали генерацію нових ідей, їх супровід та впровадження. За кордоном управління творчістю персоналу стало в останні два десятиліття предметом системного дослідження та аналізу. У 1980-х рр. в США почалося формування нового напрямку, спеціально орієнтованого на вивчення можливостей розвитку, управління та використання творчої діяльності та її результатів у виробничих процесах. Він отримав свій розвиток на теоретичній і методологічній базі таких дисциплін, як інноваційний менеджмент, управління науково-технічними та технологічними новаціями, психологія творчості, організаційна поведінка, економіка праці та управління персоналом та ін. З початку 1990-х рр. для позначення нового напрямку стійко став використовуватися термін «управління творчістю» (creativity management) [10].

Незважаючи на те, що досвід у сфері менеджменту творчості безперервно розширюється, творчість персоналу як економічний ресурс досить часто не використовується або використовується недостатньо ефективно. Одна з причин – відсутність у керівників відповідних знань про можливості та управлінських технологіях включення творчості у підприємницькі процеси.

Поняття «креативний менеджмент» (менеджмент творчості) розглядають з різних підходів, зокрема системного, функціонального, ситуаційного, поведінкового та адміністративного. Більшість науковців, такі як [1–7], зазначають, що креативний менеджмент набуває найбільш прикладного значення за умови його розкриття відповідно до різних підходів:

1. Системний підхід. Креативний менеджмент – підсистема інноваційного менеджменту, що забезпечує здатність суб'єктів управління висувати та розвивати нові ідеї, які набирають форми наукової або технологічної інформації.

2. Функціональний підхід. Креативний менеджмент – одна з функцій менеджменту, яка спрямована на забезпечення здатності суб'єктів управління висувати та розвивати нові ідеї, які набирають форми наукової, технологічної інформації та акумулювання нових ідей.

3. Ситуаційний підхід. Креативний менеджмент – сукупність сприятливих умов, що створюються керівниками підприємства для творчого розвитку трудового колективу й окремих працівників із метою акумулювання креативних ідей щодо вирішення виробничо-господарських проблем, подолання їх наслідків.

4. Поведінковий підхід. Креативний менеджмент – сукупність цілеспрямованих дій і вчинків керівників підприємства, спрямованих на акумулювання креативних ідей щодо розв'язання виробничо-господарських проблем, подолання їх наслідків тощо, а також сприяння творчому розвитку трудового колективу й окремих працівників.

5. Адміністративний підхід. Креативний менеджмент – сукупність управлінських відносин між керівниками та підлеглими на предмет встановлення цілей стосовно пошуку креативних ідей, їх виконання, пов'язаних із вирішенням виробничо-господарських проблем, подоланням їх наслідків тощо.

Проте окремі елементи за функціональним підходом до сих пір є неоднозначно визначеними та потребують детального розгляду.

Як зазначав Г. Тен: «Організації не можуть бути творчими тільки тому, що працівники не знають, як бути творчими, а менеджери не знають, як керувати та стимулювати творчістю персоналу відповідно до цілей та завдань підприємства» [15].

Тому, необхідний системно-методичний підхід до управління творчістю, коли всі процеси та підсистеми підприємства (такі як організаційна культура, умови праці, структура управління, система заохочення та стимулювання тощо) організовані таким чином, щоб використовувати і розвивати творчі ресурси [15].

В якості розвитку цього принципу постає проблема знаходження оптимальних рішень при організації креативно-інноваційної діяльності.

#### **Матеріали і результати дослідження**

Розглядаючи менеджмент у креативній організації, усю відповідальність за розвиток та діяльність підприємства несуть саме менеджери. Керівництво вищої категорії, для створення нової команди перед усім повинні створити устав команди, в якому будуть прописані цілі та ступені свободи, а потім набрати в команду менеджерів, які пройшли через «школи досвіду».

Наукове обґрунтування теорії шкіл досвіду подано професором Морганом Макколлом в його книзі «Птахи високого польоту: створення наступного покоління лідерів» [11]. Замість того, щоб шукати «необхідних» співробітників, успішних в основній діяльності, підприємству необхідно шукати керівників, які пройшли потрібні школи досвіду, що допоможе їм виявити і розвинути нові напрямки ведення підприємницької діяльності.

Морган Макколл зазначає, що управлінські навички й інтуїція, завдяки яким можна досягти успіху при виконанні завдань, формуються в процесі виконання попередніх завдань. Отже, бізнес-підрозділ можна розглядати як школу, а проблеми, з якими зіткнулися менеджери, як навчальну програму, яку пропонує ця школа. Тому навички, якими можуть володіти чи не володіти менеджери, залежать від того, які «предмети» вони вивчали чи не вивчали в різних школах досвіду [11].

Управління творчістю в контексті діяльності організації передбачає обов'язкову наявність оцінки нових ідей, тому експертиза ідей – це перший і базовий елемент менеджменту творчості, поряд зі створенням оптимального організаційного клімату для творчості та інновацій на підприємстві, а також здійснення програм з розвитку креативності персоналу. Основні функціональні елементи управління креативно-інноваційної діяльністю у виробничих системах систематизовані автором дисертації.

Тому, в якості головних функціональних елементів менеджменту творчості пропонуємо виділити наступні:

- 1) інтенсифікація створення нових і ефективних ідей;
- 2) розробка та використання ефективних методик вирішення нестандартних завдань;
- 3) підтримка і супровід індивідуальних та групових процесів вирішення проблем та генерації нових ідей (creative coaching, facilitation);
- 4) оцінка творчих стилів персоналу;
- 5) організація ефективних творчих команд (creative team-building);
- 6) розвиток творчого потенціалу персоналу;
- 7) організаційна та технічна підтримка творчості персоналу;
- 8) усунення «перешкод для творчості» та формування творчого клімату;
- 9) оцінка творчого клімату;
- 10) експертиза ідей;
- 11) контроль та фокусування творчості персоналу у відповідності із цілями та завданнями підприємства.

Необхідність оптимальної організації та управління креативно-інноваційною діяльністю впливає з ідеї балансу між стійкістю та розвитком. Розвиток виробничих та управлінських систем передбачає присутність у діяльності їхніх суб'єктів як виконавських елементів (повторення, дія за регламентом), так і креативних елементів (створення нових правил і зміна регламенту). Перші елементи забезпечують системну стійкість (збереження життєздатності підприємства), другі – розвиток. Відмінність процесів, спрямованих на підтримку стійкості організації, і процесів, спрямованих на її розвиток, демонструє таблиця 1.

Проблема оптимізації управління творчістю знаходить відображення у наступних практичних запитаннях:

- Як мобілізувати і використовувати креативний потенціал працівників, щоб отримати найкращий економічний результат для підприємства?
- Персонал якої творчої кваліфікації (рівень креативності та стиль вирішення проблем) потрібен для виконання визначених завдань, і які результати будуть при цьому отримані?

Як правило, вирішення подібних питань (якщо вони виникають) менеджер приймає інтуїтивно, на основі наявного досвіду або «методом спроб та помилок». Але інтуїтивно прийняті рішення не завжди ефективні. Для невеликих підприємств «інтуїтивний» підхід може вважатися задовільним. Однак для великих виробничих та управлінських структур необхідний інший підхід, який заснований на застосуванні математичних та інструментальних засобів.

Через фрагментарності, що представлені у літературі емпіричних досліджень, вплив творчої активності персоналу на результативність праці та діяльність підприємства можна характеризувати лише на якісному рівні. Відомі факти як збільшення продуктивності праці після проведення тренінгів з розвитку

креативних здібностей, так і свідчення того, що ніяких покращень після подібних заходів не відбувалося [13; 14].

Таблиця 1

**Процеси, що забезпечують розвиток і стійкість організації**  
(джерело: складено автором на основі джерел [1–7])

| № п/п | Особливості                     | Розвиток   | Стійкість   |
|-------|---------------------------------|--|---|
|       | Задоволення потреб              | Нових та тих, що формуються  | Тих, що склалися  |
|       | Шляхи досягнення мети           | Численні і невизначені альтернативи, потрібна розробка творчих рішень          | Відомі, стандартні, нечисленні методи вирішення   |
|       | Ризик                           | Високий  | Низький   |
|       | Характеристика процесу          | Дискретний, дивергентний, слабо передбачуваний, непослідовний                  | Послідовний, безперервний, прогнозований  |
|       | Керованість                     | Низька, потрібне гнучке управління   | Висока, в рамках жорсткого регламенту   |
|       | Плани                           | Довгострокові, що вимагають коригування  | Короткострокові, у вигляді директивних завдань  |
|       | Розробка рішень                 | Переважно командна, з включенням широкого кола працівників                     | Переважно індивідуальна, на рівні керівництва або із залученням вузького кола експертів |
|       | Мобілізація творчості персоналу | Потрібна   | Не потрібна   |
|       | Розвиток організації            | Перехід на новий рівень  | Збереження існуючого рівня  |
|       | Взаємодія учасників             | Низький ступінь узгодженості інтересів, зростає ймовірність конфліктів         | Співпадіння інтересів, погодження позицій   |
|       | Повноваження                    | Гнучко перерозподіляються  | Стабільні   |
|       | Форми організації               | Гнучкі, зі слабкою структуризацією, тенденція до децентралізованого управління | Жорсткі і регламентовані, тенденція до централізації управління                         |

Інший аспект проблеми оптимізації управління креативною діяльністю пов'язаний з тим, що для більшості трудових процесів задається деяка система регламентації можливих дій (рішень), що має різну ступінь консервативності. Все, що є новим стосовно до систем регламентації, може розглядатися як творче.

На макроекономічному рівні зростаюча креативно-інноваційна активність суб'єктів підприємницької діяльності, як це не звучить парадоксально, також може виявитися причиною кризи. Зафіксоване бурхливе зростання «креативних» секторів економіки в передкризовий період може служити підтвердженням цього припущення [8; 9; 12]. Криза може провокувати зміни в інноваційній активності, і одна з можливих причин кризи – у нездатності ефективно освоювати нові ідеї та інновації, коли окремі підприємства та цілі держави «тонуть в інноваціях». Це, у свою чергу, може бути пов'язано з діями державних інститутів – регуляторів економіки (неефективним розподілом інвестицій, відмовою від диверсифікаційної інноваційної політики, адміністративним «продавлюванням» пріоритетних напрямів інноваційної активності при ігноруванні реальних вимог ринку), свого роду «інноваційної ейфорією» (яка проявилася у економічних кризах 2000 і 2008 рр.), «перевиробництвом інновацій» та «неготовності» ринку до нових продуктів.

Основне завдання з оптимізації управління креативно-інноваційною діяльністю як на рівні окремого працівника, так і на рівні організації в цілому, полягає в тому, щоб визначати і регулювати (стимулюючи і, при необхідності, стримуючи) відповідний рівень креативно-інноваційної активності за рахунок зміни організаційного середовища. Неконтрольоване зростання креативно-інноваційної активності може призводити до стагнації або до кризи і рецесії, для запобігання або пом'якшення наслідків яких ця активність повинна бути відповідним чином організована.

Традиційно вирішення завдання оптимізації трудових процесів базується на абстракції homo economicus, «економічної людини» – раціонально мислячого суб'єкта, що будує свої плани і дії, виходячи з принципу одержання максимальної вигоди. Ця абстракція, у свою чергу, заснована на наступних аксіомах:

- можливість максимізувати корисність (вигоду) – критерій досягнення поставленої мети з урахуванням сформованих умов та інтересів інших осіб, що приймають рішення ;
- наявність формалізованого способу побудови і вибору альтернативних варіантів досягнення мети;
- можливість кількісної оцінки наслідків кожної з альтернатив для подальшого порівняння.

Застосовуючи класичне розуміння оптимізації, можна зауважити, що оптимізація управління креативно-інноваційної діяльністю передбачає таку організацію трудових процесів, при якій витрати на стимулювання та регулювання креативно-інноваційної діяльності забезпечили б в кінцевому підсумку отримання найвищих результатів при заданих організаційно-економічних обмеженнях.

Завдання з оптимізації витрат на стимулювання креативної діяльності персоналу в керованій соціально-економічній системі вирішується на основі моделі, в якій опосередковано пов'язують економічні інтереси працівника та роботодавця з урахуванням витрат та результатів за період часу  $T$ :

$$I_0 = u(x(c_0)) - cr_0 \geq \max, \quad (1)$$

де  $I_0$  – прибуток, що отримує роботодавцем;  $u(x)$  – результат креативно-інноваційної діяльності;  $cr_0$  – творчі зусилля працівника (латентна змінна);  $c_0$  – витрати на активізацію творчого потенціалу працівника і впровадження креативних новацій.

Для застосування подібних моделей необхідно ідентифікувати характеристики нелінійного зв'язку між прагненням суб'єкта з досягнення поставленої мети, мобілізацією його інтелектуальних та креативних ресурсів, результатами його діяльності та заданим рівнем стимулювання.

Проте наведений підхід не враховує активну роль працівника при прийнятті рішень і те, що зв'язок  $x(c_0)$  не є жорстко регламентованим. У теорії активних систем використовуються теорія ігор, яка є методологічною основою для побудови багатьох моделей поведінки у різних соціально-економічних системах.

Ідея пошуку оптимальних рішень при організації креативно-інноваційної діяльності не впливає з технократичної парадигми управління і не передбачає точної і детальної регламентації трудових процесів. Ця ідея впливає з прагматичного принципу економіко-управлінського підходу до творчості:

- навіть, якщо неможливо пояснити творчий процес, його можна організувати;
- навіть, якщо неможливо точно спрогнозувати результати від реалізації тих або інших програм розвитку творчості персоналу і покращення організаційного клімату на підприємстві, тоді можливо розробити і реалізувати такі програми, які б забезпечили кращий результат для даного підприємства.

Цей принцип також передбачає, що всі організаційні елементи та фактори (організаційна культура, організаційний клімат, структура управління, система стимулювання та ін.) узгоджені один з одним для того, щоб використовувати творчий ресурс максимально ефективно.

Для підтримки виробництва нових ідей та інновацій підприємство витрачає ресурси з фонду інноваційного розвитку, який поповнюється за рахунок прибутку, отриманого від інноваційної діяльності в минулі періоди. Ці ресурси витрачаються на створення сприятливого організаційного клімату для творчості та інновацій, стимулювання персоналу, придбання необхідного обладнання для НДДКР, моніторингу ринку для конкурентної розвідки і т.д. Залежно від реакції ринку, дій конкурентів, витрат на креативно-інноваційну діяльність та політики держави по відношенню до інноваційного підприємництва визначається економічний результат креативно-інноваційної діяльності.

Відповідно, ефективним інструментом активізації розвитку високотехнологічних підприємств є пільгові умови кредитування та податкові стимули, а також дієві механізми венчурного фінансування. В Україні з метою підтримки процесу становлення інноваційної інфраструктури і досягнення високої конкурентоспроможності на світовому ринку шляхом збільшення частки експорту високотехнологічної продукції зроблені важливі кроки: створено Державну інноваційну небанківську фінансово-кредитну установу «Фонд підтримки малого інноваційного бізнесу», головним завданням якого є організація відбору інноваційних проектів, залучення інвестицій на впровадження новітніх технологій, технологічне оновлення виробництва.

Початкова межа інноваційної моделі світової економіки визначається на рівні 40% інноваційності, а за показником наукоємності ВВП – не нижче 2,5%, і досягти цієї межі без проведення структурних змін у вітчизняній економіці практично неможливо. Інноваційність вітчизняної економіки не перевищує 10–12%, а наукоємність ВВП останні роки становить менше 0,9%.

### Висновки

Зазначене переконує, що нагальною необхідністю для нашої країни стає глибоко продумана науково-технічна політика, яка визначається комплексом здійснюваних державою заходів, спрямованих на розширення інноваційної діяльності суб'єктів господарювання, формування фундаментальних і прикладних наукових досліджень, підтримку й розвиток системи освіти, ефективне досягнення поставлених цілей стосовно ліквідації відставання в темпах науково-технічного прогресу, забезпечення економічного зростання, вирішення екологічних проблем та ін. Основою такої політики має бути правильний вибір пріоритетів, які забезпечують якісний прорив у визначених напрямках НТП з абсолютно новими конкурентоспроможними продуктами і технологіями. Нині недоцільно вкладати кошти у подолання відставання на давно зайнятих та поділених ринках товарів і технологій, що вже стали традиційними.

## Література

1. Ванюрихин Г.И. Креативный менеджмент / Г.И. Ванюрихин // Менеджмент в России и за рубежом. – 2001. – № 2. – С. 122–143.
2. Жарінова А. Г. Інформація, значення і креативність як основні ресурси інтелектуального капіталу / А. Г. Жарінова // Актуальні проблеми економіки. – 2010. – № 10. – С. 6–11.
3. Кашапов М.М. Психология творческого мышления профессионала : монография. – М. : ПЕРСЭ, 2006. – 420 с.
4. Кузнецова Н. Б. Кадри інноваційного типу: сутність, значення та особливості формування в умовах розвитку інноваційної економіки. – 2009. – № 6 (96). – С. 115–121.
5. Пигоров Г.С. и др. Креатология и интеллектуальные технологии инновационного развития. – Днепропетровск: «Пороги», – 2003. – 502 с.
6. Пшеничников В. Управление, рождающее творчество / В. Пшеничников // Япония сегодня. – 1996. – № 9. – С. 18–19.
7. Шевырев А.В. Креативный менеджмент : синергетический поход / Шевырев А.В. – Белгород, ЛитКараВан, 2007. – 465 с.
8. Dasgupta P. The theory of technological competition // Economic Organizations as Games. – Oxford: Basil Blackwell, 1989. – pp. 139–164.
9. Duvallet J., Garapin A., Llerena D., Robin S. A game theoretical approach of price negotiation and coordination in an innovative firm-supplier context: an experimental analysis // International Negotiation. – 2004. – Vol. 9. – pp. 245–269.
10. Ford, C.M., and Gioia, D. A. Creativity management // in The International Encyclopedia of Business and Management. NY: Routledge, 1996. – pp. 878–872.
11. McCall Morgan. High Flyers: Developing the Next Generation of Leaders / Morgan McCall. – Boston: Harward Business School Press, 1998.
12. National Studies on Assessing the Economic Contribution of the Copyright-Based Industries // Creative Industries Series. – № 1. – Geneva : WIPO, 2006.
13. Roffe, I. Innovation and creativity in organizations: a review of the implications for training and development // Journal of European Industrial Training. 1999. Vol. 23. – № 4–5. – pp. 224–241.
14. Scott, G., Leritz, L.E., Mumford, M.D. The effectiveness of creativity training: A quantitative review // Creativity Research Journal. 2004. Vol. 16. – № 4. – pp. 361–388.
15. Tan, G. Managing creativity in organizations: A total system approach // Creativity and Innovation Management. – 1998. – Vol. 7. – №1. – pp. 23–31.

## References

1. Vanyuryhyn And. Creative management / And. Vanyuryhyn // Management in Russia and abroad. In 2001 . Number 2. S. 122-143 . [in Russian]
2. Zharinova AG information value and creativity as key resources of intellectual capital / AG Zharinova // Actual problems of economy. In 2010 . Number 10. S. 6-11. [in Ukrainian]
3. Kashapov MM Psychology tvorcheskoho thinking professionala : monohrafiya . M.: PERSЭ , 2006. - 420 p. [in Russian]
4. Kuznetsova NB Staff innovative type : the nature , meaning and features of the formation in the development of innovative economy. - 2009. - № 6 ( 96) . - P. 115-121. [in Ukrainian]
5. Pyhorov GS et al Kreatolohyya Innovatively technology and intellectual development. - Dnipropetrovsk , " thresholds " , 2003 . - 502 p.. [in Russian]
6. Pshennykov B. Management , Creativity rozhdayshee / V. Pshenichnikov // Japan today. , 1996. Number 9. P.18 -19. [in Russian]
7. Shev'yrev AV Creative Management: synerhetychesky approach. Belgorod, LytKaraVan , 2007. - 465 p. [in Russian]
8. Dasgupta P. The theory of technological competition // Economic Organizations as Games. Oxford: Basil Blackwell, 1989. pp. 139-164.
9. Duvallet J., Garapin A., Llerena D., Robin S. A game theoretical approach of price negotiation and coordination in an innovative firm-supplier context: an experimental analysis // International Negotiation. 2004. Vol. 9. pp. 245-269.
10. Ford, C.M., and Gioia, D. A. Creativity management // in The International Encyclopedia of Business and Management. NY: Routledge, 1996. pp. 878-872.
11. McCall Morgan. High Flyers: Developing the Next Generation of Leaders / Morgan McCall. – Boston: Harward Business School Press, 1998.
12. National Studies on Assessing the Economic Contribution of the Copyright-Based Industries // Creative Industries Series. № 1. Geneva: WIPO, 2006.
13. Roffe, I. Innovation and creativity in organizations: a review of the implications for training and development // Journal of European Industrial Training. 1999. Vol. 23. N4-5. pp. 224-241.
14. Scott, G., Leritz, L.E., Mumford, M.D. The effectiveness of creativity training: A quantitative review // Creativity Research Journal. 2004. Vol. 16. № 4. pp. 361-388.
15. Tan, G. Managing creativity in organizations: A total system approach // Creativity and Innovation Management. 1998. Vol. 7. N1. pp. 23-31.

Надійшла 14.09.2013; рецензент: д. е. н. Благун І. С.

## ІНТЕРПРЕТАЦІЯ СУТНОСТІ, ТИПОЛОГІЗАЦІЯ ТА ЧИННИКИ ФОРМУВАННЯ ДОХОДІВ ДОМОГОСПОДАРСТВ

*Виокремлено сутнісні риси домогосподарства. Розкрито зміст, природу та здійснено типологізацію доходів домогосподарств. Систематизовано чинники формування доходів вітчизняних домогосподарств у сучасних умовах.*

*Ключові слова: домогосподарство, доходи, типи доходів, чинники доходів домогосподарств*

L. I. HALKIV  
Lviv Academy of Commerce

## THE INTERPRETATION OF THE ESSENCE, THE ALLOCATION OF TYPES OF HOUSEHOLD INCOME AND FACTORS OF THEIR FORMATION

*This article describes the essential parameters of the household. Also disclosed the content of the concept of "household income" and carried typology of household income. Systematized factors shaping household income in today's Ukraine.*

*Keywords: household income, household income types, factors of income*

### Вступ

Особлива затребуваність, широке наукове та прикладне використання поняття «доходи домогосподарств» (зокрема при характеристиці соціально-економічної ситуації територіально-суспільної системи (ТСС), відображенні діяльності державних структур у фінансово-кредитній сфері, оцінюванні векторів змін споживчого попиту тощо) не тільки не сприяли виробленню єдиного підходу до трактування його суті, але, навпаки, породили велику кількість дефініцій, що ґрунтуються на різних уявленнях про його природу, і, як наслідок, неоднозначність поглядів на активатори формування доходів домогосподарств. Це ставить на порядок дня необхідність поглиблення наукової розвідки й удосконалення понятійно-термінологічного апарату окресленої тематики.

Термін «доходи домогосподарства» (ДДГ) викристалізувався із розуміння власне доходів, у вивчення яких внесли свою лепту Л. Брентано, Дж. Р. Гікс, В. Джевонс, Т. Мен, У. Петті, Д. Рікардо, А. Сміт, М. Туган-Барановський, Й. Тюнен, Г. Шмоллер, Р. Штаммлер та ін. Окремі аспекти дослідження доходів вітчизняного населення розвиваються у працях О. Біттера, Д. Богині, В. Гейця, Т. Кізіми, А. Колота, Е. Лібанової, В. Мандибури, І. Прокопи, М. Савлука, Л. Шепотько та ін. Проте, недостатньо висвітленими залишаються питання теоретичних засад формування ДДГ у сучасних умовах.

Метою статті є з'ясування сутнісних рис домогосподарств задля усунення неоднозначності інтерпретації змісту їх доходів. Також цілевстановлюється ідентифікація типів ДДГ, систематизація та характеристика чинників їх формування.

### Результати дослідження

Незважаючи на те, що система наукових знань про домогосподарство (ДГ) формується на стику різних дисциплін (табл.1), зупинимося на окремих моментах. 1. Основою ДГ виступає сім'я, проте родинні стосунки не обов'язкові для ведення домашнього господарства й у його складі може бути одна особа. У суспільному зрізі сім'я охоплює групу осіб, тому обопільне ототожнення її з ДГ невиправдане. Домінанти останнього – відокремленість бюджету, наявність господарських відносин між членами ДГ, урахування спільних їх інтересів у процесі життєдіяльності. Сім'я може здійснювати свою діяльність як в рамках одного ДГ (проживання спільно різних поколінь), так і декількох, проживаючи окремо і маючи власні бюджети. 2. Використання цього терміну як синоніму слову «сім'я» у деяких випадках не викликає заперечень, оскільки, по-перше, спрощує аналіз певних господарських явищ і, по-друге, визначається напрямом наукового дослідження. З одного боку, відособленість бюджетів не виключає як безоплатних, так і оплачуваних субсидій (грошових чи натуральних) від одних членів родини іншим, навіть якщо вони проживають окремо. З іншого боку, у межах окремого ДГ, крім внесків до загальносімейного бюджету, кожен член володіє і особистими коштами. 3. Вивчення ДГ як ринкового інституту у вітчизняну науку прийшло з імплементацією національного рахівництва, у відповідності з яким у поняття «домашнє господарство» включаються також так звані некорпоративні підприємства, діяльність яких ні з юридичної, ні з економічної точки зору неможливо відокремити від їх власників. 4. Розуміння ДГ виходить за межі обліково-статистичної категорії (інструменту аналізу стану суспільства), а розглядається у контексті особливого типу господарства, що здійснює вагомий й усесторонній вплив на соціально-економічні процеси у ТСС. 5. З огляду на системну парадигму, ДГ відповідає усім властивостям системи [1, с. 14]: цілісності (зміни будь-якого елементу системи приведуть до зміни системи в цілому); домінування цілого над складовими його частинами; полісистемності (можливість виділяти в цілому складові частини різними способами);

ієрархічності (кожен компонент системи розглядається як самостійна система, й у свою чергу, кожна система виступає елементом більш високого рівня).

Таблиця 1

## Міждисциплінарний підхід до вивчення домогосподарства

| Дисципліна               | Переважаюче вивчення домогосподарства як ...  |
|--------------------------|---|
| Економіка                | важливого суб'єкта економічної системи; провідної господарської форми економічного зростання; власника ресурсів; активного учасника виробничо-розподільчих процесів, носія споживчого попиту тощо |
| Історія та етнографія    | учасника, активатора та каталізатора цивілізаційного й геопросторового розвитку та ін.  |
| Психологія               | носія звичок, почуттів, традицій та інших проявів людської поведінки тощо   |
| Юриспруденція            | учасника правових відносин як у власних межах, так і поза ними (з іншими домогосподарствами чи іншими суб'єктами правової системи)  |
| Соціологія та демографія | суб'єкта демографічної поведінки та соціальної політики, продуцента демографічного потенціалу; донора трудового потенціалу, віддзеркалювача якості життя тощо                                     |

Фінанси ДГ виділяють у самостійну ланку фінансової системи і подають у трьох зрізах: 1) форми – доходи і витрати; 2) явища – внутрішні та зовнішні грошові потоки; 3) матеріального змісту – грошові фонди. Базовою формою фінансів ДГ слугують ДДГ. Дуалістичний характер останніх виявляється у тому, що їх можна розглядати не лише у соціально-економічному аспекті (мається на увазі: присвоєння, використання, розподіл і перерозподіл створеного суспільного продукту між соціальними стратами), а й у формі результату суспільного виробництва, трансформованого у грошові кошти й натуральні надходження. Виходячи з означень ДДГ як сукупності грошових коштів і натуральних надходжень, які ДГ отримали за певний період [2, с. 8], як суми грошових коштів та продуктів, отриманих або вироблених домогосподарствами за певний період часу, як правило, за рік [3, с. 153], зауважимо, що, по-перше, темологічність характеру доходів проєктується не лише на період отримання, а виявляється й у стратегічних наслідках і, по-друге, доходами є надходження, які не трансформують форму активів ДГ, а збільшують їх обсяг. Окрім цього, не слід опускати соціально-психологічні аспекти ДДГ, їх витратну спрямованість. Отож, під ДДГ ми розуміємо засоби (у грошовій та негрошовій формах), які надходять у його розпорядження за певний період часу від суспільних інститутів, підприємницьких структур чи внаслідок власної діяльності, збільшують активи й спрямовуються на підтримання низки характеристик його членів (фізичних, емоційних, інтелектуальних, продуктивних тощо), детермінуючи параметри соціально-економічного стану та розвитку як ДГ, так і ТСС. Авторська концепція, що заснована на системній парадигмі, дозволяє розглянути ДДГ: по-перше, як складову системи доходів суспільства; по-друге, як соціально-економічний індикатор, чинник та результат розвитку ТСС; по-третє, як цілісну систему з притаманними цілями та функціями, що, відображає складну структуру відносин з приводу їх утворення, нагромадження та розподілу. Розрізненість серед вітчизняних науковців підходів до виокремлення видового складу ДДГ зумовила необхідність розробки їх типології.

Держстат України загальні ДДГ подає як суму грошових і негрошових доходів, виражених у вартісних вимірниках. Їх збільшення на обсяг використаних заощаджень, приріст позик, кредитів, боргів, узятих домогосподарством, і повернених йому боргів утворює сукупні ресурси (рис. 1). Використання при характеристиці загальної величини ДДГ поняття «сукупних ресурсів» є цілком логічним і мотивованим, адже заощадження домогосподарств (скажімо, неорганізовані заощадження у вигляді готівки, яка зберігається вдома) не завжди є надходженнями за певний період часу (тобто доходами), а лише відображають ресурсний потенціал домашнього господарства, формуючи його багатство [4].

Наступна типологічна ознака – відношення до оподаткування і зміна цін – дозволяє розрізнити номінальні (наявні та використовувані) і реальні ДДГ. Якщо з номінальних ДДГ (загальної суми грошових надходжень за певний період часу без урахування оподаткування і зміни цін) вирахувати особисті податки, то отримують номінальні використовувані доходи. Реальний дохід відображає кількість матеріальних і нематеріальних благ і послуг, які можна придбати за номінальний дохід упродовж певного періоду часу з урахуванням зміни рівня цін після сплати податків та інших обов'язкових платежів. Інституційні одиниці домашніх господарств об'єднуються в чотири підсектори: роботодавці, самостійно зайняті працівники, наймані працівники, одержувачі доходу від власності та трансфертів. Для забезпечення інформаційної бази розробок рахунків сектору домашніх господарств за названими підсекторами та гармонізації з міжнародними статистичними стандартами, в обстеження умов життя домогосподарств впроваджене їх групування за основними джерелами доходу осіб у складі домогосподарств: оплати праці, доходу від підприємницької діяльності, доходу від самостійної трудової діяльності, трансфертів, доходів від власності та інших доходів.

За критерієм суспільного визнання виділяють ДДГ від формальної та від неформальної (не спостережуваної, тіньової) економіки (отримані з соціально нейтральних чи соціально позитивних джерел



неформального сектора, неврахованих і неоподаткованих державою видів економічної діяльності та з соціально негативних джерел підпільного сектора тіньової економіки [5, с. 86]). Слід також розрізняти: трудові (від власності, підприємницької та індивідуальної трудової діяльності, одержані працівниками у вигляді винагороди за певні результати праці) і нетрудові (незалежні від результатів праці: рантиє, доходи від спадщини, дарування тощо) ДДГ. Обидва цих типи можуть бути як законними, так і незаконними. На відміну від останніх, отриманих в обхід чи внаслідок порушення закону, законні ДДГ не суперечать чинному законодавству, декларуються і оподатковуються.

| <b>СУКУПНІ РЕСУРСИ ДОМОГОСПОДАРСТВ</b>   |  |  |
|--|--|--|
| <b>Загальні доходи</b>   |  | Обсяг використаних заощаджень, приріст позик, кредитів, боргів, узятих домогосподарством, і повернутих йому боргів |
| <b>Грошові доходи</b>  |  |  |
| Сума грошових та натуральних (у грошовій оцінці) надходжень, одержаних членами домогосподарства у вигляді оплати праці (за винятком прибуткового податку та обов'язкових відрахувань), доходів від підприємницької діяльності та самозайнятості, доходів від власності у вигляді відсотків, дивідендів, продажу акцій та інших цінних паперів, надходжень від продажу нерухомості, особистого та домашнього майна, худоби, продукції особистого підсобного господарства та продуктів, отриманих у порядку самозаготівель. Загальні доходи складаються з грошових доходів, а також вартості спожитої продукції, стипендій, соціальних допомог (пільг та субсидій готівкою на оплату житлово-комунальних послуг, електроенергії та палива компенсаційних виплат за невикористане право на санаторно-курортне лікування, за пільговий проїзд окремих категорій громадян тощо), грошових допомог від родичів та інших осіб, а також інших грошових доходів | Вартість спожитої продукції, отриманої з особистого підсобного господарства (за винятком поточних витрат на її виробництво) та в порядку самозаготівель, суми безготівкових пільг та субсидій на оплату житлово-комунальних послуг, електроенергії та палива, суми безготівкових пільг на оплату товарів та послуг з охорони здоров'я, туристичних послуг, путівок на бази відпочинку тощо, на оплату послуг транспорту, зв'язку, вартості подарованих родичами та іншими особами продовольчих товарів |  |

Рис. 1. Склад сукупних ресурсів домогосподарств

Типологічна ознака – сфера отримання – дозволяє виокремлювати первинні та вторинні ДДГ. До перших відносять доходи працівників сфери матеріального виробництва та частково соціальної сфери (ті, що зайняті продуктивною працею), які формуються в процесі створення і первинного розподілу ВВП. У складі первинних ДДГ виділяють: 1) необхідний продукт – доходи, що надходять в індивідуальне розпорядження членів домогосподарства, трансформовані у заробітну плату чи у надходження від індивідуальної трудової діяльності й підсобного господарства [4]; 2) додатковий продукт – прибуток, який отримують власники засобів виробництва й грошового капіталу у формі підприємницького доходу, відсотка за капітал, дивідендів, земельної ренти. Вторинні ДДГ отримують працівники соціальної сфери, не зайняті продуктивною працею, а також непрацездатна частина населення в процесі перерозподілу ВВП [5, с. 175]. Участь ДГ у перерозподільних процесах реалізується при сплаті їх членами податків та інших обов'язкових платежів, які трансформуються у вторинні доходи (пенсії, стипендії, допомоги тощо).

ДДГ формуються у різних ринкових сегментах: на ринку трудових ресурсів (заробітна плата й інші виплати, компенсаційні, стимулювальні платежі), ринку товарів і послуг (доходи від реалізації товарів власного виробництва, творчості, від продажу майна тощо), фінансовому ринку (доходи від фінансових, фондових, валютних інвестицій, компенсаційно-інвестиційні доходи). У сучасних умовах фінансово-кредитні інститути і фондовий ринок сприяють отриманню додаткових доходів кредитного й інвестиційного характеру (відсоток з банківських вкладів, відсотки й дивіденди з боргових та пайових цінних паперів, позитивні курсові різниці з операцій з фінансовими інструментами).

Рівень ДДГ визначається стохастичним впливом низки поліструктурних активаторів, до складу яких відносять плюралізм форм власності [2, с. 8]; ступінь розвитку країни [6, с. 48]; рівень заробітної плати, насиченість споживчого ринку, динаміку роздрібних цін [7, с.36]; набуті форми багатства, отриманого в спадщину, освіта, спеціальність, стать та ін. [4]. Безумовно, висхідна тенденція реального ВВП сприяє збільшенню ДДГ. Втім, і позитивна динаміка ДДГ пролонгує синергетичний ефект на ВВП шляхом покращення особистого споживання, підвищення рівня життя населення, ефективізації параметрів соціально-трудоного потенціалу, розвитку споживчого ринку. У цьому контексті цілком справедливе твердження, що проблема дефіциту фінансів і грошових ресурсів для соціально-трудої сфери (доходної частини бюджетів усіх рівнів, невиплати заробітної плати, пенсій, стипендій, труднощі фінансового забезпечення розвитку культури, освіти, науки, охорони здоров'я і т.д.) пов'язана, насамперед, з вирішенням проблем розвитку виробництва.

Параметри розвитку суспільного виробництва корелюють із напрямками податкової політики. Сьогодні вона пресує вітчизняне бізнес-середовище з огляду на зростання акцизів; розширення податкової

бази; «заморожування» повернень ПДВ, його непрозорість, а відтак неефективність; стягнення авансових платежів за іншими податками; посилення адміністративного тиску уряду на роботу податкових органів шляхом надання права встановлення ставок окремих податків, корегування реєстрів підприємств та видів економічної діяльності, які підпадають під пільгові режими оподаткування [8, с. 18-19]. Як наслідок, світ детермінує податкову систему України як одну з найбільш обтяжливих (за рейтингом Світового банку «Doing Business» наша країна серед аутсайдерів). Податковий пресинг сприяє «корупцізації» системи оподаткування й приховуванню доходів. Міжнародні експерти констатують, що в Україні серед бізнесменів 21% приховує до 30%, 44% – від 31% до 50%, 16% – від 51% до 70%, 10% – від 71% до 90% [9, с. 183]. Отож, надмірний податковий тиск й недолуга податкова політика не сприяють активізації підприємництва, пригальмовуючи формування міцного прошарку середнього класу й розштуюють підмуркові засади нарощення ДДГ.

Інша інституційна деформація пов'язана з проявами корупції у питаннях реєстрації власності, митних процедур, санітарних вимог, дотримання правил пожежної безпеки та охорони праці. Президент України В. Янукович [10] безпідставні перевірки, надзвичайне втручання в роботу бізнесу з боку силових структур визнав загрозою економічній безпеці, назвавши їх злочинним проти держави і суспільства та вказавши на необхідність розгортання компанії щодо зменшення їх кількості, частоти, тривалості, а також застосування головним чином превентивних заходів державного нагляду за діяльністю суб'єктів господарювання. Уникнення ж останніми відповідальності у вирішенні соціальних проблем призводить «до соціальної поляризації, ексклюзії (позбавлення можливостей користуватися соціальними правами), дестабілізації, до збільшення податкового навантаження на бізнес» [8, с. 21] і, в результаті, до поглиблення рівня «тінізації» бізнесу.

Базовий складник системи соціальних стандартів та гарантій прожитковий мінімум (ПМ) не слугує основою формування Державного бюджету України. Встановлюється рівень забезпеченості ПМ, який нижчий від офіційного ПМ й нівелює його зміст. Втім, і методика розрахунку ПМ вимагає корегування: по-перше, вона орієнтується на мінімально допустимі розміри споживання найменш захищених верств населення; по-друге, норми розрахунку ПМ не оновлюються із необхідною частотою і ґрунтуються на потребах елементарного виживання; по-третє, ПМ застосовується лише при встановленні розміру державної соціальної допомоги малозабезпеченим сім'ям та сім'ям з дітьми, соціальної допомоги особам, які не мають права на пенсію, та інвалідам, натомість мав би також застосовуватися при визначенні мінімальної зарплати, мінімальної пенсії, пільгових пенсій та допомоги. Необхідність ж співвідношення мінімальної заробітної як три до одного підтверджується статистикою оплати праці розвинутих країн. Досягнення такої пропорції передбачає суттєве збільшення дохідної частини держбюджету, що у свою чергу вимагає відповідного рівня та параметрів економічного розвитку країни. Отож, відсутність системного підходу до формування державних соціальних гарантій виступає дестимулятором нарощення ДДГ.

Обсяги соціальних трансфертів визначаються соціальною політикою, яка забезпечує вирівнювання прав і можливостей громадян, усунення дискримінації. Втім, маніпуляції з розміром офіційних доходів дозволяють необґрунтовано отримувати від держави соціальну підтримку [11, с.254]. На часі формування системи справедливої адресної соціальної допомоги шляхом створення державного реєстру отримувачів пільг (надання лише тим, хто їх дійсно потребує), адже «... лише 23% усіх соціальних виплат в Україні доходять до справді бідних людей. Решту отримують досить заможні і навіть інколи багаті люди» [10]. З липня 2012 р. передбачено збільшення у 2,5 рази штату соціальних працівників задля раннього діагностування проблем з виплатами соціальних трансфертів. Особлива увага має акцентуватися на домогосподарствах із дітьми, оскільки значне збільшення допомоги на народження дитини, не сприяло суттєвому зростанню їх доходів.

Інституційні регулятори прав людини, її якості життя, соціально-трудової сфери та інфляційних процесів формують рамки політики оплати праці. Розмір оплати праці варіює за секторальним складом економіки та статевою ознакою та. Так, у 2012 р. в Україні заробітна плата чоловіків на 28,9% вища, ніж у жінок, у т.ч. в промисловості – на 44,4%; у фінансовій сфері – на 43,8%. При цьому, у названих сферах оплата праці перевищує середнє значення по Україні відповідно на 96,8% і 15,7%. Тільки у рибальстві та рибництві чоловіки на 12,8% менше заробляють за жінок, однак тут заробітна плата найнижча (51,3% від середнього значення в країні). Секторальна структура економіки диференціює й темпи зміни доходів у формі оплати праці, які за 2000-2012 рр. варіюють від 18,3 рази (надання комунальних та індивідуальних послуг; діяльність у сфері культури та спорту) до 9,6 разів (будівництво).

Джерелом ДДГ, як і будь-якого суб'єкта економіки, є володіння капіталом (фізичним, фінансовим, людським). Оскільки капітал існує лише тоді, коли приносить додаткову вартість, постільки дохід існує лише тоді, коли існує капітал. Тому ДДГ залежить від обсягу, якості та ефективності використання капіталу, яким воно володіє, що у свою чергу зумовлюється впливом типу економічної системи, розвитку інституту власності, майновим станом та параметрами активів самого домогосподарства. Окрім того, доходи від власності корелюють зі станом фінансово-кредитних інститутів і фондового ринку, котрі забезпечують надходження ресурсів кредитного й інвестиційного характеру (відсоток з банківських вкладів, відсотки й дивіденди з боргових та пайових цінних паперів, позитивні курсові різниці з операцій з фінансовими

інструментами). Доходи від підприємницької діяльності індивіда залежить від суми капіталу, вкладеного в бізнес; перспективності бізнесу; інвестиційних ризиків; праці самого підприємця; кредитної політики; ситуації в бізнес-середовищі, економіці та політиці; чинного законодавства, дотримання правової та догвірної дисципліни; від економічної обґрунтованості здійснюваної підприємницької діяльності та ін. Не зважаючи на те, що ринок надає свободу ведення бізнесу, проте здатністю до ефективної його організації володіє незначна частина суспільства. Окрім того, окремі прошарки людності не в змозі активно здійснювати підприємницьку діяльність (інваліди, особи похилого віку, учні тощо). У свою чергу, офіційна економіка не в стані забезпечити всіх тих, хто бажає працювати, робочими місцями і нормальним рівнем доходів.

Дія детермінант ДДГ акумулюється із просуванням ієрархією економічних систем: мегамакрочинники – глобальний рівень; макрочинники – загальнодержавний рівень; мезочинники – регіональний рівень; мікрочинники – рівень окремих підприємств чи галузей; субмікроекономічні чинники – рівень домогосподарства (особи). На найвищому рівні вплив на ДДГ передовсім виявляють глобалізація, науково-технічний прогрес, світова кон'юнктура, геопросторові (геоісторичні, геокультурні, геоментальні) фактори.

Глобалізація посилює процеси міждержавних диспропорцій, звужує терміни економічної активності й двояко впливає на національні інтереси. З одного боку, долаючи державні кордони, як потужний генератор трудової міграції вона диверсифікує джерела отримання доходів домогосподарств й при скоординованих зусиллях окремих країн здатна пом'якшити проблеми браку фінансових ресурсів. З іншого боку, глобалізація ігнорує соціальні проблеми населення, нівелює досягнення спеціальних місій урядів, здобутки недержавних утворень щодо захисту інтересів населення [12, с. 215]. Прикладом відсутності турботи про ДДГ з боку транснаціонального капіталу на Львівщині може слугувати втрата тютюнового виробництва, занепад автобусного будівництва та галузі мікроелектроніки.

НТП, виливаючись в інновації, інтелектуалізацію, інформатизацію, автоматизацію виробництв, сприяє економічному зростанню їх країн-провайдерів й з певним лагом просочується у країни-рецепієнти. Наукомісткі, високотехнологічні виробництва забезпечують ефективну капіталізацію інтелектуального потенціалу та відповідну ренту. Досить потужно мегамакроефекти впливу НТП на доходи вітчизняного населення проявляються у секторі ІТ-технологій. Розміри заробітної плати українських ІТ-фахівців багатократно вищі за середнє значення по Україні, приростають найбільш динамічно (3-57% за рік) й домінують у великих транснаціональних компаніях (середня зарплата фахівця з 10-річним стажем компанії Google у 2011 р. складала 141 тис. дол. США, що на 23% перевищує середню оплату праці в ІТ-секторі в цілому [13]).

Світову кон'юнктуру можемо розглядати у ролі як стимулятора, так і дестимулятора ДДГ. Так, серед позитивних наслідків розвитку міжнародної торгівлі Ромер, Гроссман, Хелпман, Грілічес відзначають зростання віддачі від використання людського капіталу. Натомість, її стагнація спричиняє деградаційні зміни національних ринків, створює бар'єри економічному зростанню і, як наслідок, пригальмує можливості збільшення ДДГ. Приміром, вилучення значних фінансових ресурсів задля погашення кредитних зобов'язань й зниження довіри до банківської системи у період кризи дестимулювали нарощення доходів від власності. У цьому ж контексті варто згадати про вплив «сирної війни» та «кондитерської війни» на доходи від підприємницької діяльності.

Геопросторову обумовленість впливу факторів мегамакросередовища розглядаємо у контексті теорії межовості, за якою історичні, культурно-моральні, етнічні, ментальні характеристики людності окреслюють межі просторових утворень. Зокрема, вчені Львівської наукової школи територіальних утворень (С. Злупко, М. Долишній, Ю. Стадницький, У. Садова та ін.) геопросторові чинники поклали в основу структурування економічного простору ТСС. Європейський вектор спрямованості соціально-економічних перетворень сприятиме гармонізації вітчизняної практики формування й розподілу ДДГ із практикою ЄС (передовсім йдеться про кількарізове збільшення їх розмірів й суттєве скорочення розриву між багатими і бідними).

Систему чинників макрорівня (загальнодержавного) та мезорівня (регіонального) можна також розглядати крізь призму інтеграційних процесів, інноваційного розвитку, кон'юнктури внутрішнього (регіонального) ринку, геопросторового зрізу. Ця система визначає засадничі основи функціонування економіки в цілому – підґрунтя соціального розвитку, а, відтак, й урядову політику у сфері ДДГ, яка у свою чергу корелює з демографічною ситуацією в країні, розвитком бізнес-середовища, ринкових та соціальних інститутів, домінуючими культурними характеристиками, цінностями, нормами та принципами поведінки, морально-етичними пріоритетами індивідів, сімей, бізнесу та влади тощо. Регіональний ж простір накладає окремі відбитки на умови формування та розподілу ДДГ. За останнє десятиліття поляризація регіонального економічного простору України поглиблюється, а міжрегіональна диференціація процесу формування ДДГ обумовлюється відмінностями потенціалу розвитку регіонів (природно-ресурсного, трудового, демографічного, виробничого, науково-технічного) [14, с. 57-58].

Фактори формування ДДГ на мікрорівні (рівні окремих підприємств чи галузей) слід розглядати з огляду на його зовнішнє середовище та внутрішнє середовище. Якщо чинники зовнішнього середовища

підприємств (галузей) виявляють зазвичай опосередковану дію на ДДГ й актуалізуються мультиплікативним впливом міжнародних, національних та міжрегіональних факторів, то чинники внутрішнього середовища (фінансове становище підприємства чи галузі, система управління, політика розподілу прибутків, кадрова політика тощо) прямо впливають на доходи їх працівників. Окрім того, доходи окремого працівника підприємства визначаються й особистісними його характеристиками – здібностями; вміннями; навичками; освітнім рівнем; кваліфікацією; професією; посадою; мотивацією; мобільністю; інновативністю; участю у власності тощо. Особистісні характеристики членів домогосподарства, які формують риси домогосподарства (статевікову структуру, культурно-моральний клімат, спосіб життя, трудову мобільність тощо) утворюють комплекс чинників доходів субмікроекономічного рівня.

На мультиплікативні ефекти ДДГ, сформовані за ієрархічними рівнями економіки накладаються синергетичні ефекти – оптимізація доходів на особистісному рівні сприяє акумулюванню ДДГ на зрізі вищих суспільних систем. Під оптимальним розподілом ДДГ ми розуміємо такий стан ТСС, при якому зростання суспільного виробництва та суспільного добробуту забезпечує вищий добробут індивідуумів і унеможливується покращення рівня життя одних домогосподарств за рахунок інших.

### Висновки

Дослідження сутності та типів ДДГ дозволяє окреслити систему їх детермінант, яка охоплює чотири комплекси: 1) соціально-економічний – тип економічної системи; обсяг та тренди основних макроекономічних показників; наповнюваність бюджетів, трудові ресурси; стан споживчого ринку; якість та спосіб життя; соціальна структура суспільства тощо; 2) демографічний – чисельність населення, його структура та зміни; склад, розміри, територіальна дислокація та організація ДГ, персоніфіковані характеристики його членів тощо; 3) інституціональний – законодавство, яке регулює права людини, її якість життя, соціально-трудова сфера; розвиток інституту власності; політика стимулювання підприємницької активності; пріоритети державних видатків; податкова та бюджетна політика; забезпеченість рівних прав і можливостей, усунення дискримінації та ін.; 4) культурно-ментальний – переважаючі культурно-ментальні цінності, норми поведінки індивідів, сімей, бізнесу та влади тощо. Вплив чинників ДДГ акумулюється із просуванням ієрархією економічних систем, проявляючись у мультиплікативних ефектах від мега-, до макро-, мезо-, макро- і субмікрорівня та синергетичних ефектах у зворотному напрямі.

### Література

1. Станкевич Ю. Ю. Методологічні особливості дослідження економічної природи домогосподарства в сучасних умовах / Ю. Ю. Станкевич // Науковий вісник Херсонського державного університету – 2013. – №2. – С. 12-16.
2. Доходи та заощадження в перехідній економіці України / [З.Г. Ватаманюк, С.М. Панчишин, М.І. Савлук] / За ред. С. Панчишина та М.Савлука. – Львів: ЛНУ імені Івана Франка, 2003. – 406 с.
3. Економічна теорія: макро-і мікроекономіка: навч. посіб. / За ред. З.Г. Ватаманюка та С. М. Панчишина. – К.: Альтернативи, 2001. – 616 с.
4. Кізіма Т. О. Доходи домогосподарств: Інтерпретація сутності та проблеми детінізації [Електронний ресурс] / Т. О. Кізіма – Режим доступу: [http://archive.nbuv.gov.ua/portal/Soc\\_gum/aprer/2009\\_5\\_1/46.pdf](http://archive.nbuv.gov.ua/portal/Soc_gum/aprer/2009_5_1/46.pdf).
5. Економічний енциклопедичний словник : у 2 т. / [за ред. С. В. Мочерного]. – Львів : Світ, 2005. – Т. 1. – 616 с.
6. Карпенко Ю.А. Совершенствование государственного регулирования денежных доходов домохозяйств в России / Ю.А. Карпенко // Вестник Адыгейского государственного университета. Серия 5: Экономика. – 2011. № 1. – С. 46-50.
7. Орлов Л.Ф. Исследование роли и места финансов домашних хозяйств в современной экономике России / Л. Ф. Орлов // Вестник Московского государственного областного университета. Серия: экономика. – 2010. – №1. – С. 35-39.
8. Мельник М. І. Формування і пріоритети розвитку бізнес-середовища України в процесі інституційних трансформацій : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня д-ра екон. наук : спец. 08.00.03 «Економіка та управління національним господарством» / М. І. Мельник; – Львів, 2013 – 40 с.
9. Ринок праці та зайнятість населення: проблеми теорії та виклики практики : кол. моногр. / Ред.-координатор М. В. Туленков. – К. : ІПК ДСЗУ, 2010. – 363 с.
10. Виступ Президента України Віктора Януковича на засіданні Ради регіонів 24 травня 2012 року [Електронний ресурс] – Режим доступу : <http://partyofregions.ua>.
11. Портна О. В. Доходи населення як складова фінансового потенціалу України / О. В. Портна // Бізнесінформ. – 2013. – №2. – С. 251-254.
12. Садова У. Я. Соціальна політика в Україні : монографія / У. Я. Садова – Львів : ІРД НАН України, 2005. – 408 с.
13. Найбільші зарплати в ІТ виплачують Google і Microsoft [Електронний ресурс] Режим доступу: <http://zakupor.ru/vse-pro-robotu/803>.

14. Заяць В. С. Міжрегіональна асиметрія формування доходів населення України, їх диференціація та резерви зростання / В. С. Заяць // Економіка і регіон. – 2009. – №2 (21). – С. 57-60.

References

1. Stankiewicz Y. Y. Metodologichni osoblyvosti doslidzhennja economichnoji prurody domokhazajstv v suchsnukh umovakh, Scientific Bulletin of Kherson State University, 2013, No. 2, pp.12–16. [in Ukrainian]
2. Dokcody ta zaoschadzhenja v perekhidnij economithi Ukrainy. Ed. by S. Panchyshyna ta M.Savluka . Lviv, Ivan Franko Lviv National University, 2003, 406 p. [in Ukrainian]
3. Economichna teoriija: macro -i microeconomica. Ed. Z.G. Vatamanyuk and S.M. Panchyshyn . Kyiv, Alternativy, 2001, 616 p. [in Ukrainian]
4. Kizyma TA Dokhody domokhazajstv: interpretacija sutnosti ta problemy detinatyziatsiji [electronic resource– Mode of access : [http://archive.nbuv.gov.ua/portal/Soc\\_gum/aprer/2009\\_5\\_1/46.pdf](http://archive.nbuv.gov.ua/portal/Soc_gum/aprer/2009_5_1/46.pdf). [in Ukrainian]
5. Economichnyj encyclopaedychnyj slovnyk : in 2 t / [ ed. S.V. Mochernogo ]. Lviv, Svit, 2005, Vol. 1, 616 p. [in Ukrainian]
6. Karpenko Y.A . Sovershenstvovanije gosudarstvennogo regulirovansja denezhnykh dokhodov domokhazajstv v Rossiji, Journal Adugeyskoho of the State University. Series 5: The Economy, 2011. Number 1, pp. 46-5. [in Ukrainian]
7. Orlov L.F. Issledovanije roli i mesta finansov domsshnikh kcozjaystv v sovremennoj ekonomike Rossiji, Vestnik of the Moscow of the State Regional University. Series : Economy, 2010, No. 1, pp. 35-39. [in Russian]
8. Melnyk M. Formuvannja i priority rosvytku biznes-seredovyscha Ukrainy v procesi instytutnijnykh transformacij : Author. Dis ... Drs. Econ. sciences: 08.00.03 / M. Melnyk, Lviv , 2013. 40 p.[in Ukrainian]
9. Rynok prathi ta zajniatist' naselennja: probly teiriji ta vyklyky praktuky : col. Monograph . Ed. coordinator M.V. Tulenkov. Kyiv, NCI DSZU, 2010, 363 p. [in Ukrainian]
10. Speech by President of Ukraine Viktor Yanukovich at a meeting of the Regions May 24, 2012 [electronic resource] – Access: <http://partyofregions.ua>. [in Ukrainian]
11. Portna A. Dokhody naselennja jak skladova finansovogol potentialu Ukrainy, BusinessInform, 2013, No. 2, pp. 251-254. [in Ukrainian]
12. Sadova U.Y. Sothialna polityka v Ukraini : monograph. Lviv, IRD NAS of Ukraine, 2005, 408 p. [in Ukrainian]
13. Najbilshi zarplaty v IT vyplachujut Google i Microsoft [electronic resource] Mode of access : <http://zakupor.ru/vse-pro-robotu/803>. [in Ukrainian]
14. Zajac V.S. Mizhregionalna asymmetrija formuvannja dokhodiv naselennja Ukrayiny, yikh dyferentijacija ta rezervy zrostantja, Ekonomika i region, 2009, No. 2( 21), pp. 57-60. [in Ukrainian]

Надійшла 15.09.2013; рецензент: д. е. н. Слейко В. І.

УДК 338.331.621

В. А. ЛІТИНСЬКА

Хмельницький національний університет

## РОЛЬ ТА ЗНАЧЕННЯ ТУРИЗМУ В ЕКОНОМІЦІ УКРАЇНИ ТА СВІТУ

*В даній статті розглянуто сутність та роль туризму в економіці України та світу. Також визначено місце та значення туризму для нашої країни та багатьох країн світу.*

*Ключові слова: туризм, економічні функції, соціальні функції.*

V. LITINSKA

Khmelnytsky National University

## A ROLE AND VALUE OF TOURISM IS IN ECONOMY OF UKRAINE AND WORLD

*Development of tourist industry as highly profitable the sector of economy is the important factor of social development and cultural getting up of Ukraine at the maintenance of its originality and national essence, harmonious integration of Ukraine, in European and world community. In this article essence and role of tourism is considered in the economy of Ukraine and world. Also certainly place and value of tourism for our country and many countries of the world. Tourism is occupied by a main place in international external economic relations. He is the important stimulus of development of world trade which is instrumental in expansion and activation of international point-of-sale exchange. At the same time it follows to examine tourism and as an independent type of international relations.*

*Keywords: tourism, economic functions, social functions.*

**Вступ.** На фоні бурхливого розвитку світового туризму закономірно постає питання про роль України на світовому ринку туристичних послуг. Слід зазначити, що вона має всі передумови для інтенсивного розвитку туризму, адже володіє значним туристсько-рекреаційним потенціалом: сприятливими кліматичними умовами, переважно рівнинним ландшафтом, багатством флори і фауни, розвиненою мережею транспортних сполучень, культурно-історичними пам'ятками тощо. Але, на жаль, на фоні світового туризму, який набирає потужностей фантастично швидкими темпами, Україна виглядає досить скромно. Сьогодні наші громадяни є своєрідними інвесторами зарубіжних країн, що є одним з найбільш важливих питань всієї туристичної галузі. Адже туризм, за розрахунками фахівців, лише у вигляді податків міг би щороку приносити в державну скарбницю до 4 млрд дол. Безумовно, що причини такого становища треба шукати в складній соціально-економічній ситуації в державі, в невідрегульованості механізмів стимулювання туристичної індустрії, відсутності ефективної стратегії розвитку цієї галузі як на

національному, так і регіональному рівнях.

**Постановка проблеми у загальному вигляді та її зв'язок із важливими науковими чи практичними завданнями.** На сучасному етапі розвитку економічних відносин глобалізаційні процеси охопили всі сфери світового господарства, в тому числі й туристичну галузь. Сьогодні туризм визначають як «феномен ХХІ ст.», що став одним із провідних напрямків соціально-економічної діяльності. Туристичний бізнес можна справедливо вважати бізнесом ХХІ ст., тому що він є одним з найбільш динамічних і прибуткових серед усіх галузей світового господарства. Про глобальність туризму та пріоритетність у світовій економіці свідчать досить значні доходи від туризму, що складають 8% світового експорту і 30% міжнародної торгівлі послугами, та щорічне зростання світових туристичних потоків на 4–5% [5].

Туризм є одним з найперспективніших галузевих напрямків активізації економічного розвитку України. Розвиток туристичної галузі як високоприбуткового сектору економіки є важливим чинником соціального розвитку та культурного піднесення України при збереженні її самобутності та національної суті, гармонійної інтеграції України у європейську та світову спільноту. Разом з економічним піднесенням України, розбудовою туристичної інфраструктури, розвитком транспортних систем туризм стане джерелом не тільки надходження іноземної валюти, але і створення нових робочих місць. Таким чином, тенденції розвитку туризму мають позитивний характер. Зростаючий інтерес туристів до інших культур, велика кількість реклами, доступність інформації сприяють збільшенню можливостей спілкування між народами.

**Аналіз останніх досліджень чи публікацій, в яких започатковано розв'язання даної проблеми і на які спирається автор.** Вагомий внесок у наукові дослідження теорії і практики формування соціально-економічних відносин у галузі туризму внесли зарубіжні і вітчизняні вчені. Так, зокрема в контексті досліджень нормативно-правового забезпечення розвитку туризму, організації туристичної діяльності та формування перспектив і стратегій розвитку туристичної галузі необхідно виділити дослідження В.Ф. Киф'яка, М.П. Мальської, В.В. Худо, В.І. Цибуха, О.П. Чудновського та інших вітчизняних та закордонних науковців. Наукові проблеми економіки туристичної галузі в цілому та за її окремими складовими ґрунтовно досліджували А.Б. Здоров, М.І. Кабушкін, Є.В. Козловський, Г.Б. Мунін, Х.Й. Роглев та інші. Проте окремі важливі питання ще й досі залишаються поза увагою науковців і вимагають більш детально зосередитись на економічних дослідженнях потенційних можливостей туристичної галузі в межах загальної стратегії соціально-економічного розвитку України в цілому та її окремих регіонів зокрема.

**Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми, котрим присвячується означена стаття.** Нарощування темпів та підвищення ефективності роботи підприємств сфери туризму, становлення туристичної галузі як однієї з провідних галузей вітчизняної економіки стримується невирішеністю низки питань, розв'язання яких потребує державного регулювання та підтримки виконавчих органів влади.

Формулювання цілей статті (постановка завдання) – дослідження ролі, місця і тенденцій розвитку туристичної галузі в економіці України на національному та міжнародному рівнях.

**Виклад основного матеріалу дослідження з повним обґрунтуванням отриманих наукових результатів.** Туризм – активна і невимущена форма спілкування між людьми. Розширення і поглиблення туристських зв'язків між країнами - важливі проблеми сучасних міжнародних відносин. Питання розвитку туризму, його політичний, економічний і культурний впливи на світове господарство та міжнародні зв'язки активно обговорюються в політичних, ділових та наукових колах.

Характерною ознакою туризму останніх років на світовому рівні є висока динамічність і стабільність його розвитку, а також активний вплив на економіку багатьох країн, що мають сприятливі рекреаційні ресурси.

Туризм посідає чільне місце в міжнародних зовнішньоекономічних зв'язках. Він є важливим стимулом розвитку світової торгівлі, що сприяє розширенню й активізації міжнародного торгового обміну. Водночас туризм слід розглядати і як самостійний вид міжнародних зв'язків.

Туризм – різновид рекреації, один із видів активного відпочинку. Він відображає характерну тенденцію сучасності, коли перевага віддається у динамічному відпочинку, у процесі якого відновлення працездатності поєднується з пізнавальною діяльністю. З економічного погляду це особливий вид споживання матеріальних та духовних благ, послуг і товарів, що виділяються в самостійну галузь господарства.

У деяких країнах туризм став вагомою статтею доходів держави і належить до найперспективніших галузей національної економіки. В Україні він визнаний однією із галузей, що потребують пріоритетного розвитку.

У законі України "Про туризм" зазначено, що туризм – це тимчасовий виїзд (подорож) осіб з постійного місця проживання з пізнавальною, оздоровлювальною, професійно-діловою, спортивною, релігійною та іншою метою на термін від 24 годин до одного року поспіль, без зайняття оплачуваною діяльністю в місці тимчасового перебування [1, с. 114].

Таким чином, туризм – це вид рекреації, пов'язаний з виїздом за межі постійного місця проживання, активний відпочинок, під час якого відновлення працездатності поєднується з оздоровлювальними, пізнавальними, спортивними і культурно-розважальними цілями.

Основною рушійною силою розвитку туризму залишаються економічні вигоди, які він надає. Так,

туризм стимулює розвиток елементів інфраструктури - готелів, ресторанів, підприємств торгівлі тощо. Він зумовлює збільшення доходної частини бюджету за рахунок податків, що можуть бути прямими (плата за візу, митний збір) або непрямими (збільшення заробітної плати робітників спричинює збільшення сум прибуткового податку, що сплачується ними в бюджет). Крім цього, як зазначалося вище, туризм має широкі можливості для залучення іноземної валюти і різного роду інвестицій. Він сприяє диверсифікації економіки, утворюючи галузі, що обслуговують індустрію туризму, забезпечує зростання доходів населення та підвищення рівня добробуту нації.

Також вплив туризму на економічний розвиток виявляється у підвищенні ділової активності та розширенні виробництва товарів і послуг у результаті збільшення платоспроможного попиту за рахунок іноземних та місцевих екскурсантів.

Особливе місце відводиться туризму у створенні робочих місць і розв'язанні проблеми зайнятості. Кількість робочих місць щоденно збільшується, не вимагаючи при цьому великих витрат. Туризм охоплює багато секторів економіки і цим ускладнює визначення точної оцінки кількості працівників, зайнятих у сфері туризму. Крім того, вирішення проблеми реальної оцінки ускладнюється ще й специфічним характером праці (сезонність, робота за сумісництвом, тимчасова робота тощо). І все ж кількість зайнятих у туристичній сфері постійно зростає.

Важливе значення має вклад туризму в платіжний баланс країни, який виражається у вигляді різниці між витратами іноземних туристів у країні і витратами резидентів цієї ж країни за кордоном.

Таким чином, ми визначили економічні функції туризму та їх вплив на економіку. Але не менш важливі є соціальні функції туризму, особливо якщо розглядати туризм як форму розумового та фізичного виховання, що реалізується через гуманітарно-соціальні функції, основними з яких є [2, с. 25]:

- виховна – формує відчуття патріотизму, колективізму, моральних та етичних цінностей;
- освітня – поповнює та закріплює знання з питань краєзнавства, природознавства, топографії, рекреації; знайомство з культурою і традиціями країн і народів світу тощо;
- оздоровча – оптимальний режим фізичних навантажень, використання сприятливого впливу природних факторів на стан організму, дотримання правил особистої та громадської гігієни, розвиток адаптивних можливостей, підтримка організму на належному рівні фізичної підготовки;
- спортивна – створення бази загальної фізичної підготовки, досягнення максимальних результатів у спорті, спеціальна підготовка до змагань.

Виходячи з цього, можемо розглядати туризм і як популярну форму організації відпочинку, проведення дозвілля, пізнання рідного краю, навколишнього середовища, знайомства з історією, культурою і традиціями певної країни. І ще один дуже важливий фактор – вплив туристичної діяльності на навколишнє середовище. Цей вплив може бути прямим, опосередкованим, позитивним і негативним. Туризм не може розвиватися без взаємодії з навколишнім середовищем, але, керуючи цим розвитком, можна зменшити негативний вплив і збільшити позитивний.

Позитивний вплив включає охорону і реставрацію пам'яток природи, історії, культури, створення національних парків і заповідників, збереження лісів, захист рослинного і тваринного світу.

Негативний вплив, на жаль, більший, зокрема, це вплив на якість води в річках, озерах, морях та на якість повітря, зростання викидів шкідливих речовин транспортними засобами, самовільне розміщення тимчасових баз відпочинку, забруднення відходами навколишнього середовища, самовільне розпалювання вогнищ, понівечення історичних пам'яток вандалами. Деякі види туристського відпочинку, такі як полювання, риболовля, збирання рослин, завдають негативного впливу живій природі і призводять до зменшення чисельності або навіть до повного зникнення фауни та флори певних територій та інше. Зростання населення в туристських регіонах, будівництво нових туристичних потужностей потребує залучення якомога більшої кількості природних ресурсів, що, у свою чергу, збільшує навантаження на навколишнє середовище.

Сучасна індустрія туризму – одна з найбільш швидко прогресуючих галузей світового господарства, що можна розглядати і як самостійний вид економічної діяльності, і як міжгалузевий комплекс.

На сьогоднішній день туризм став явищем, що увійшло у повсякденне життя майже третини населення планети. Більше того, на початку XXI ст. туризм за обсягами доходу справедливо посів третє місце серед провідних галузей світової економіки. За результатами 2005 року, туристична галузь утворила 12 % світового внутрішнього продукту і поглинула більше 14 % витрат споживачів. В багатьох країнах і регіонах туризм є основним джерелом прибутків. Надходження з туристичних подорожей у світовому масштабі становлять понад 500 млрд дол. США щорічно. Найбільші прибутки отримують країни Західної Європи та США.

У багатьох країнах туризм входить у першу трійку провідних галузей держави, розвивається швидкими темпами і відіграє важливе соціальне та економічне значення, оскільки він [3, с. 18]:

- збільшує місцеві доходи;
- створює нові робочі місця;
- розвиває всі галузі, пов'язані з виробництвом туристичних послуг;
- розвиває соціальну та виробничу інфраструктуру в туристичних центрах;

- активізує діяльність народних промислів і розвиток культури та сприяє їм;
- забезпечує зростання рівня життя місцевого населення;
- збільшує валютні надходження.

Але позитивний вплив туризму на економіку держави відбувається тільки у тому випадку, якщо він розвивається всебічно тобто не перетворює економіку країни в економіку послуг. Іншими словами, економічна ефективність туризму передбачає, що він в державі повинен розвиватися паралельно і у взаємозв'язку з іншими галузями соціально-економічного комплексу.

Туристична галузь з кожним роком займає все більш вагоме місце в світовому господарстві. На 2010 р. в туризмі зайнято 8 % працеспроможного населення (260 млн чол., тобто кожний 10-й працюючий), вклад в світовий ВВП 3,3 трлн дол. США (вище 11 %), 630 млрд дол. США інвестицій, або 9 % всіх інвестицій в загальний капітал. За останні п'ятнадцять років галузь туризму сформувалась та отримала визнання як одна з найбільших у світі сфер діяльності по наданню послуг [4, с. 109].

Згідно з прогнозами експертів Всесвітньої туристичної організації (ВТО), на початку XXI ст. обсяги міжнародного туризму зростатимуть щороку в середньому на 4 %. Очікується зростання туристичного руху у світі з 700 млн туристів щорічно до 937 млн у 2014 році, за рахунок чого передбачається збільшення доходів до 1100 млрд доларів США. Якщо ж до результатів міжнародного туризму додати ще й обсяги внутрішнього туризму, то показники зростуть принаймні вдвічі.

Туризм відіграє важливу роль у створенні робочих місць, і, за прогнозами, впродовж наступних п'яти років у світі створюватиметься 2500 нових робочих місць щодня. Охоплюючи багато секторів економіки, майже неможливим стає визначення точної оцінки кількості працівників, зайнятих у сфері туризму. Крім того, вирішення проблеми реальної оцінки ускладнюється ще й специфічним характером праці (сезонність, робота за сумісництвом, тимчасова робота тощо). І все ж кількість зайнятих у туристичній сфері постійно зростає. Це одна з не багатьох галузей економіки, де залучення нових технологій не призводить до скорочення працюючого персоналу. Це має важливе значення, оскільки, поглинаючи більше робочої сили, туризм зменшує соціальну напругу в суспільстві. Крім того, світовий досвід показує, що індустрію туризму можна розвивати і в період економічних криз, що має важливе значення для країн Східної Європи. Витрати на створення одного робочого місця тут в 20 разів менші, ніж у промисловості, а оборотність інвестиційного капіталу в 4 рази вища, ніж в інших галузях господарства. Прикладом можуть бути такі країни, як Аргентина, Бразилія, Мексика, Єгипет, Туніс, Перу та інші.

В багатьох країнах світу туризм є однією з найбільш пріоритетних галузей, внесок у валовий національний дохід яких складає 20–45%, а надходження від іноземного туризму є основним джерелом отримання валюти. Отже галузь туризму не тільки приносить значну частину прибутку до бюджету туристично-розвинутих держав, а й є надзвичайно перспективною і безсумнівно може стати одним з головних джерел надходжень до держбюджету інших країн [5, с.8].

Туризм є одним із важливих соціально-економічних явищ сучасності, яке підпорядковане об'єктивним законам розвитку суспільства. Як вид людської діяльності та галузь економіки, туризм активно розвивається, і в майбутньому його значення зростатиме. Це найдинамічніша галузь сфери послуг. Потреба у відпочинку стимулюється урбанізацією, науково-технічною революцією, загальним підвищенням життєвого рівня тощо.

**Висновки з даного дослідження і перспективи подальших розвідок у даному напрямку.** Таким чином, туризм в Україні є важливим об'єктом вивчення та дослідження, оскільки останні тенденції його розвитку суттєво впливають на основні макроекономічні показники багатьох країн світу, сприяють зростанню добробуту населення, формують інвестиційний потенціал держав.

Зважаючи на вищевикладене, слід зазначити, що ключовою основою розвитку туристичної індустрії в Україні можна визначити створення конкурентоспроможного на світовому ринку туристичного продукту, здатного максимально задовольнити туристичні потреби населення країни, забезпечити на цій основі комплексний розвиток територій та захист їхніх соціально-економічних інтересів за збереження екологічної рівноваги та історико-культурного довілля, враховуючи світовий досвід розвитку туризму. Для ефективної реалізації цього в Україні потрібно забезпечити сталий розвиток туристичної галузі, зміцнити матеріальну базу туризму, підвищити якість та розширити асортимент туристичних послуг, поліпшити інформаційне та рекламне забезпечення, впровадити ефективну інноваційну діяльність та створити наукову і відповідну нормативно-правову бази вітчизняного туризму.

В цьому контексті максимально гостро постає питання комплексної оптимізації процесів взаємодії туризму і культури за рахунок використання культурної спадщини, музеїв, театрів та інших об'єктів, що у більшості країн світу є винятково важливим чинником залучення туристів, генерації міжнародних і локальних туристичних потоків та комплексного формування економічного результату діяльності таких галузей, як транспорт, громадське харчування, місцева промисловість тощо.

Подальший розвиток демократії, політична стабільність, визначення пріоритетних напрямків економічного розвитку держави забезпечить створення високоприбуткової туристичної галузі на міжнародному і національному рівнях з урахуванням природно-кліматичного, рекреаційного, соціально-економічного та історико-культурного потенціалу країни, її національних особливостей.



### Література

1. Здоров А.Б. Экономика туризма / Здоров А.Б. – М. : Финансы и статистика, 2004. – 367 с.
2. Козловський Є.В. Іноземний досвід регулювання міжнародного туризму та його використання в Україні / Є.В. Козловський // Економіка України.– 2004.– №10. – С. 24–27.
3. Максаковский В. Развитие и география международного туризма / В. Максаковский // Краеведство. География. Туризм.– 2001.– № 21–24. – С. 17–21.
4. Мальська М.П. Основи туристичного бізнесу / Мальська М.П., Худо В.В., Цибух В.І. – К. : Центр навчальної літератури, 2004. – 272 с.
5. Роглев Х.Й., Мунін Г.Б. Стан та перспективи розвитку ділового туризму в Україні / Х.Й. Роглев, Г.Б. Мунін // Туризм: Теорія і практика.– 2005.– №1. – С. 6–9.

### References

1. Zdorov A.B. Ekonomika tyrizma. – M.: Finansu i statustuka, 2004/ - 367 p.
2. Kozlovskuu E.V. Inozemnuu dosvid regylyvanna mignarodnogo tyruzmy ta uogo vukorustanna v Ukraini // Ekonomika Ukrainu/ - 2004. – №10. – pp. 24–27.
3. Maksakovskuu V. Razvitie i geografia mewdunarodnjvo turizma // Kraeznavstvo. Gtografia. Turizm.– 2001.– №21–24. – pp. 17–21.
4. Malska M.P., Xydo V.V., Czubyx V.I. Osnovu tyrustu4nogo biznesy. – K.: Zentr nav4alnoi literatyru, 2004. – 272 p.
5. Roglev X.U., Mynin G.B. Stan ta perspektuvu rozvutky dilovogo tyruzmy v Ukraini // Tyruzmn: Teoria i praktuka.– 2005.– №1.– pp.6-9.

Надійшла 15.09.2013; рецензент: д. е. н. Ведерніков М. Д.

УДК 331.103.3

О. Г. ДІДКІВСЬКА

Інститут демографії та соціальних досліджень імені М. В. Птухи

## ТРАНСФОРМАЦІЇ СУСПІЛЬНОГО ЗАПИТУ НА ОСВІТУ В СУЧАСНИХ УМОВАХ В УКРАЇНІ

*В статті проаналізовано основні трансформації суспільного запиту на освіту, їх особливості, причини та наслідки. Автором запропоновані заходи державного впливу на трансформації суспільного запиту на освіту, які можуть бути використані з метою забезпечення відповідності між суспільними потребами і можливостями сфери освіти задовольнити їх. Ключові слова: запит на освіту, трансформації, освіта, абітурієнти, ринок праці, освітні послуги.*

O. G. DIDKIVSKA

Ptoukha Institute for Demography and Social Studies of NAS of Ukraine

## THE TRANSFORMATIONS OF SOCIAL DEMAND FOR EDUCATION IN MODERN CONDITIONS IN UKRAINE

*The article analyzes the main transformation of public need for education, its characteristics and its causes and consequences. The main transformations of social demand for education are as followings: 1) the transformation of social demand for education in the context of the interaction of educational institutions with a labor market, 2) the transformation of social demand for education in the context of the shaping of educational services market, 3) the transformation of social demand for education in the context of multiculturalism and in the context of focus on international ties. Each of these transformations has a significant influence on the present state of education in Ukraine and on its development in the future. The author proposed measures of public influence on the transformation of public need for education, which can be used to ensure consistency between public needs and opportunities for the sphere of education to meet them. In addition, the author examined the main modern scientific approaches concerning the formation of public demand for education in this research.*

*Keywords: need for education, transformation, education, university entrant, labor market and educational services.*

**Постановка проблеми.** Не викликає сумнівів той факт, що прогрес у суспільному розвитку не можливий без функціонування інституту освіти, який забезпечує надійне підґрунтя для наукових, технічних, культурних досягнень людства. На сьогодні можна констатувати активізацію трансформаційних процесів в економіці та політичному житті у багатьох країнах світу. Не минули ці процеси і сферу освіти. Дійсно, останнім часом з'являються нові форми навчання, змінюються вимоги до осіб, що отримують освіту, формується дещо нове розуміння розвинутої особистості не як універсально освіченої людини, (у деяких випадках йдеться про надмірність постановки мети виховання розвинутої особистості), а як своєрідної і неповторної індивідуальності, провідну роль починає відігравати економіка знань, яка базується на розвитку і впровадженні у виробництва ідей, винаходів, нових технологій, тобто її серцевиною є інновація, що продукується нетривіальним розумом, розвиток незалежності мислення стає необхідним в умовах сучасного світу. Саме тому змін зазнає і запит на освіту. Однак, трансформації запиту на освіту породжують велику

кількість запитань щодо характеру даних трансформацій, їх головних каталізаторів, подальших перспектив та можливостей управління ними з боку держави. На нашу думку, перераховані питання потребують детального розгляду та підвищеної уваги з боку науковців, оскільки йдеться про визначальні фактори майбутнього освіти.

Особливої актуальності трансформаційні процеси у сфері освіти (у тому числі і ті, що мають місце під час формування запиту на освіту) набули в Україні почали бути у зв'язку з науковою та громадською дискусією стосовно пріоритетних напрямів розвитку вітчизняної освіти. В даний момент у суспільстві формується розуміння ролі та місця запиту на освіту, його впливу на рівень розвитку суспільства, тому виникає необхідність у глибоких дослідженнях присвячених цій тематиці.

**Аналіз останніх досліджень та публікацій.** Проблемам тісно пов'язаним з формуванням суспільного запиту на освіту, а саме проблемам якості освіти, її основних принципів, створення ринку освітніх послуг, присвячені публікації Борисова С.Р., Грішнєвої О.А., Данилюка А.Я., Лобанова Г.Х., Олейник Л.Ф., Песоцького Ю.С., Садовничого В.А., Хмелевської О.М., Шиловой В.І. Питання взаємодії випускників вищих навчальних закладів, які також є принциповими у контексті вивчення суспільного запиту на освіту, висвітлювали у свої роботах Ракова Л.Н., Торкіна В.В., Тюпліна І.А., Федотова Н.А. та Шаров О.І.

Метою статті є визначення основних трансформацій суспільного запиту на освіту, які мали місце впродовж 2-х десятиліть, їх перспектив у найближчому майбутньому та можливостей регулювання згаданих трансформаційних процесів з боку держави.

**Основний матеріал.** В теорії людського розвитку освіта виступає однією з її первинних складових, оскільки у сучасному світі людині без відповідної освіти важко реалізуватися. Унікальність феномена освіти полягає в тому, що для суспільства освіта є одним з механізмів соціалізації, навчання і адаптації в суспільстві нових поколінь, а для особистості – в дитячому віці, підлітка або дорослого – це інструмент пізнання світу, адаптації та особистісного розвитку. Інститутом, який реалізує функцію освіти, є система навчальних закладів різного рівня. При цьому можна стверджувати, що на феномені освіти як системи передавання, засвоєння і розвитку знань людства ґрунтується його розвиток загалом і розвиток і збереження людської цивілізації. Освіта є одним з головних механізмів соціалізації особистості.

Освіта посідає таке важливе місце в соціальній структурі суспільства тому, що на неї існує постійне соціальне замовлення. Його формують ті особистості, соціальні групи та суспільні інститути, які безпосередньо або опосередкованим чином є замовниками або споживачами професійної освіти, – це суспільство в цілому, соціальні групи населення, що отримують освіту. Серед останніх можна виділити дітей, підлітків, молодь, дорослих людей, які збираються здобути вищу професійну освіту.

Важливими суб'єктами запиту на освіту є батьки дітей та молодих людей, що навчаються. Громадські, політичні, релігійні організації також входять до групи суб'єктів, які формують соціальний запит на освіту, але вони більше зацікавлені у трансляції через систему освіти різного роду не професійної, а культурної, ціннісної орієнтуючої інформації – зразків культури.

Запит на освіту також формують – держава в цілому та інші соціальні інститути, які потребують професійних кадрів – роботодавці, наукові структури. Проте, на сьогодні, вплив останніх на параметри соціального запиту на освіту – якість фахівців, номенклатуру спеціальностей та кількість набору за ними, є досить слабо визначеним, за виключенням випадків, коли певний роботодавець фінансує навчання студента або є фундатором стипендій або грантів на навчання. Це безумовно є великою вадою функціонування вітчизняного ринку освітніх послуг. Виходячи з викладеного вище, безпосередньо запит на освіту можна представити як попит на послуги інституцій, що забезпечують процес навчання та самоосвіту сформований різноманітними зацікавленими сторонами: державою, роботодавцями, учбовими закладами, громадськістю, тощо.

Специфікою українських реалій є те, що за відсутності жорсткого адміністративного регулювання розподілу місць набору на навчання за освітньо-кваліфікаційними рівнями їх кількість, в основному, визначається попитом з боку потенційних абітурієнтів – випускників шкіл і молоді, яка вже має трудовий досвід. Таким чином йдеться про певні зміни суспільного запиту на освіту.

За радянських часів даний запит формувалася головним чином державою в залежності від потреб виробництва. Як відомо, держава «замовляла» в учбових закладах певну кількість спеціалістів потрібної галузі і таким чином визначала освітні пріоритети. Проте, після здобуття Україною незалежності ситуація зазнала кардинальних змін. Причин для змін можна назвати декілька. По-перше, суттєво змінилась економіка країни, що не могло не позначитись на освітніх потребах суспільства. По-друге, дещо змінився менталітет населення, на який вплинули реалії перехідної економіки. І, по-третє, стрімкий розвиток технологій і поява інформаційного суспільства знайшли відображення у змісті запиту на освіту.

Аналіз трансформацій суспільного запиту на освіту в Україні дав змогу виділити основні з них. Серед даних трансформацій найбільш глобальними, на нашу думку є:

1) Трансформація запиту на освіту у контексті взаємодії освітніх інституцій з ринком праці. Цінність освіти багаторазово зростає за умови можливості індивіда ефективно залучатися до ринку праці, бути затребуваним ним. Система професійної підготовки в цьому випадку виступає середньою ланкою у

взаємодії осіб, які потребують професійного навчання, і ринком праці. В ринкових умовах заклади освіти є самостійними суб'єктами господарювання і їх діяльність спрямована на досягнення економічної ефективності. Максимізуючи свої економічні показники, вони орієнтуються на ринкову кон'юнктуру, яка для них репрезентована попитом на відповідні спеціальності з боку абітурієнтів.

З цього приводу автори С.Р. Борисов, Г.Х. Лобанов, Л.Ф. Олейник та інші [3, с. 66] влучно зауважують, що абітурієнти, безперечно, спостерігають поточні дисбаланси ринку в оплаті праці, у затребуваності професій, але ці поточні спостереження ніяк не замінюють професійний маркетинг ринку праці. При цьому вони сприймають і «ковтають» «моду на гламур», що культивується засобами мас-медіа, зазнають дії інших факторів, які перешкоджають виконанню ними функції соціально-відповідального вибору професії. Таким чином, абітурієнти взяли на себе невластиву їм функцію диктувати умови формування запиту на освіту. Водночас проблемою стало те, що молоді люди часто не розуміють суті тих компетенцій, яких мають набути і які в реальності будуть здатні забезпечити їм гідні робочі місця і змістовну професійну діяльність. Потрапивши у пастки рекламних трюків «соціального престижу» і «модних професій» вони обирають фах, за яким з різних причин не зможуть працювати у майбутньому. Деякі навчальні заклади «допомагають» їм в цьому, допускають недобросовісну рекламу, видаючи неякісні (застарілі або піддані лише «косметичному» оновленню) освітні програми як «ринково орієнтовані» і «соціально престижні».

Доречним буде згадати міркування Л. Ракової і В. Торкіна [5], які зазначають, що у структурі трудових ресурсів виникли диспропорції, за суттю похідні від неефективної поведінки домогосподарств при інвестиціях в освіту, причиною цього є асиметрія інформації: ВНЗ в умовах абсолютного скорочення чисельності молоді різко активізують залучення абітурієнтів, а об'єктивна інформація про перспективи попиту на робочу силу залишається недостатньо доступною для домогосподарств.

Таким чином результатом трансформації взаємодії освітніх інституцій з ринком праці під час формування запиту на освіту стала проблема невідповідності, слабкої взаємоузгодженості роботи системи освіти і ринку праці в той час як (на цьому, зокрема наголошує І.А. Тюпліна в роботі [6, с. 64] та колектив авторів роботи [3, с. 7]) кінцевим споживачем освітніх послуг слід вважати саме роботодавця.

Роботодавці з одного боку, а система вищої професійної освіти – з іншого, стоять перед загальною проблемою невідповідності між попитом і пропозицією кваліфікованих робітників на ринку праці. За ситуації високої невизначеності появи нових робочих місць з гідними умовами оплати і змістом професійної трудової діяльності (за спеціальностями, кваліфікаціями), дефіциті трудових ресурсів («демографічна яма»), що посилюється, все частіше виникають локальні перекоси притоку – відтоку кваліфікованого персоналу. Спостерігається різна динаміка процесів підготовки і постачання «продуктів» (якими є випускники навчальних закладів) на ринок системою вищої професійної освіти і їх «споживання» роботодавцями за видами і сферами трудової діяльності, галузями, спеціальностями, регіонами, а також нерівномірною академічною мобільністю і мобільністю трудових ресурсів (включаючи трансграничну рухливість) [3, с. 7].

Проблема поглиблюється кризовим станом обох інститутів, які беруть участь у цій взаємодії. Як ознаку кризи професійної освіти можна розглядати (особливо це стосується вищої освіти) падіння попиту на випускників, з боку роботодавців. Оскільки на ринку праці випускники мають конкурувати з працівниками, які вже є учасниками цього ринку і мають не тільки відповідну освіту, але і досвід.

Відзначимо, що проблема працевлаштування випускників не є суто українською, а властива практично всім пострадянським країнам, зокрема Російській Федерації. Так в Н.О. Федотова узагальнює, що розширення свободи вибору в освітній сфері і збільшення контингенту у «вишах» стикається з реаліями вільного ринку праці, де кількість вільних робочих місць для спеціалістів з вищою професійною освітою є обмеженою, а вимоги до претендентів достатньо високі. Більшість фірм і закладів воліють отримувати «готових» спеціалістів з досвідом роботи, якщо не за спеціальністю, то в близькій області або з навичками професійної діяльності, що є свідченням здатності людини швидко засвоювати нові знання і професійні вимоги. З іншого боку, самих молодих спеціалістів часто не влаштовують умови праці і розмір заробітної плати [7]. Аналізуючи у зв'язку з цим, адаптивні механізми, які розвиваються як реакція на вимоги ринку праці, І.Г. Малинський відзначає, що оскільки високий рівень освіти сам по собі вже не є передумовою для успішної самореалізації молоді людини, то в умовах підвищеної конкуренції, що існує в сучасному російському суспільстві, найбільшого успіху досягає той випускник, який вже має досвід професійної діяльності. Тому студенти змінюють модель досягнення життєвих перспектив шляхом скорочення зусиль, що витрачаються на навчання і отримання диплому, який перестає гарантувати доступ до соціально привілейованих позицій, в бік отримання професійного досвіду в сфері вторинної зайнятості [2, с. 16].

В найближчій перспективі тенденція переходу від елітної до масової вищої освіти зберігатиметься, у зв'язку з чим матиме місце істотне посилення конкуренції молоді за перспективне працевлаштування, а також поступове формування завищених вимог до претендентів, коли повна вища освіта вимагається при прийомі на посаду, де достатньою є неповної вищої освіти, або неповна вища освіта, де можна обмежитись професійно-технічною освітою [8].

2) Трансформація запиту на освіту у контексті формуванні ринку освітніх послуг. На сьогодні в Україні існуючий запит на освіту створив умови для поєднання переходу від елітної до масової вищої освіти

з активним розвитком позабюджетної освіти, що стимулює використання у сфері освіти ринкових механізмів. О.Я. Данилюк [1, с. 6] зазначає, що сьогодні першорядне значення набувають такі цінності, як економічна і соціальна ефективність освіти, навчання – основа успішної соціалізації, освіта для кар'єри і життя (в той час як не так давно – для людини), якість освіти. Популярні в недавньому минулому значення і особистісний зміст помітно відсутні на задній план освітніми компетенціями. Освіта з громадського та особистого блага все більше перетворюється в платну освітню послугу. Отже, саме специфіка сучасного запиту на освіту зумовила появу ринку освітніх послуг.

За визначенням В.І. Шиловой освітня послуга є комплексом цілеспрямованих дій юридично або фізичної особи, результати яких виражаються в корисному ефекті, що задовольняє освітні, наукові й виховні потреби іншої юридичної або фізичної особи. До освітніх послуг слід зарахувати послуги, пов'язані з наданням студентам знань, умінь та навичок у тій чи іншій науковій сфері. Освітня послуга є особливим видом товару, який створюється в освітній галузі й володіє споживною вартістю, задовольняє освітні потреби особи, суспільства й держави [9].

Для освітньої послуги, як і для інших послуг в сфері нематеріального виробництва, властиві такі п'ять основних характеристик [10]:

1. Неможливість їх осягання. Послуги неосяжні, тобто їх неможливо продемонструвати, транспортувати, зберігати, обраховувати і упакувати до моменту придбання. Можливо лише описати переваги, які можна бути отримати в результаті придбання послуги. Неосяжність послуги викликає складнощі як для постачальника послуги, оскільки він не може її продемонструвати, так і для споживача послуги, оскільки він перебуває у стані невизначеності. Важко оцінити якість послуги до її отримання, а в деяких сферах і після її отримання.

2. Нерозривність виробництва і споживання, тобто відмінною рисою послуги є те, що її неможливо виготовити заздалегідь і зберігати як товар. Це створює труднощі для покупця послуги, оскільки стає неможливим проведення порівняння між конкуруючими пропозиціями.

3. Нероздільність із джерелом, тобто послуга невід'ємна від свого джерела, в той час як товар у матеріальному вигляді може існувати незалежно від наявності його джерела. Даний фактор веде до того, що споживачів послуги обмежено і необхідні спеціальні механізми або заходи для подолання цих обмежень.

4. Мінливість якості, тобто якість послуги може коливатися в широких межах в залежності від їх постачальників, а також часу і місця надання послуг. Якість послуги може змінюватися навіть в тих випадках, коли послугу надає одна й та сама особа, організація або фірма.

5. Послугу неможливо зберігати, вона має «одноразовий, одномоментний» характер.

В контексті людського розвитку та в умовах переходу до постіндустріального суспільства важливість державних освітніх послуг і запит на них зростає багатократно. Ці послуги є важливими і необхідними не тільки для незабезпечених, а і для широких верств населення, оскільки їх метою послуг є сприяння, а іноді безпосереднє забезпечення людині гідного життя і можливості реалізації особистості. Поряд з цим виникає питання: яким критеріям мають відповідати освітні послуги для того, щоб на них існував постійний суспільний запит?

Важливим критерієм для визначення ступеню реалізації інтересів громадян при наданні освітніх послуг є їх доступність. По-перше, слід виділити географічну доступність, це поняття означає, що кожна людина має отримати освітні послуги в межах свого населеного пункту або час, який потрібно витратити на те, щоб дістатися навчального закладу за допомогою доступних транспортних засобів повинен бути адекватним і помірним. Однак, безумовно, для громадян важливо, щоб заклади освіти знаходились якомога ближче до їх місця проживання. Також необхідно виділити соціальну та економічну доступність освіти, тобто обов'язковість отримання окремих видів освіти та їх безоплатність.

Розглянута трансформація запиту на освіту не лише дала змогу для утворити ринок освітніх послуг, а й спричинила ряд серйозних викликів, які досі не подолані – осучаснення і підвищення якості як спеціалістів-випускників, так і самого освітнього процесу на засадах відповідності постіндустріальній епосі.

3) Трансформація запиту на освіту в бік полікультурності та орієнтації на міжнародні зв'язки. Новим принципом у формуванні запиту на освіту наразі стає полікультурність. Стимулює суспільство до даної трансформації прагнення засвоїти не тільки національні, але і світові культурні цінності, зокрема європейські. Значною мірою сприяють цьому глобалізаційні процеси та розвиток засобів масової інформації і комунікації, приєднання до Болонського процесу.

Таким чином цілком логічно видається орієнтація суспільного запиту на освіту в бік полікультурності, причинами якої є як економічні так і культурні фактори. Дійсно, економічне співробітництво України з іншими країнами, яке постійно зміцнюється і розширюється, вимагає відповідних кваліфікованих кадрів. Насамперед сучасний українець зокрема та держава Україна загалом мають потребу взаємодіяти з постіндустріальною культурою розвинутих країн і задоволення цієї потреби – важливе завдання для інституту освіти. З іншого боку, як уже зазначалося, сучасний культурний простір є полікультурним, тому українці цікавляться культурами інших країн, і знову ж таки звертаються до інституту освіти.

Безперечно головний крок до взаємодії з культурами інших країн – вивчення іноземних мов. Так,

попит на різні спеціальності, пов'язані з вивченням іноземних мов та на курси іноземних мов, який в Україні стрімко зростає, є яскравим прикладом полікультурності запиту на освіту.

Крім того, під час формування запиту на освіту свою відіграє і орієнтація на міжнародні зв'язки. Очевидним є той факт, що певна кількість громадян України прагнуть отримати освіту або/і працевлаштуватися за кордоном. Цим зумовлюється, по-перше, вибір закордонного навчального закладу або навчального закладу в Україні, котрий забезпечує стажування закордоном та диплом відповідного зразка і вибір спеціальності з боку абітурієнта та по-друге, специфіка навчального процесу і змісту навчання зі сторони навчального закладу. Варто зауважити, що більш заможні верстви населення дедалі частіше організовують та оплачують своїм дітям навчання у престижних закладах розвинених країн Європи, США, Канаді, а українські студенти з родин з середнім достатком дедалі частіше стають учасниками короткострокових та середньострокових спеціальних студентських програм (особливо у Німеччині, Франції, Великій Британії, США) та виграють гранти на навчання в інших країнах.

Орієнтація запиту на освіту на міжнародні зв'язки має і іншу особливість. Україна також є державою, яка активно приймає на навчання іноземних студентів, особливо з Азії, тобто реагує на запит на освіту, який був сформований за її межами. Це свідчить про значний потенціал вітчизняної системи освіти та її привабливість для іноземців. Однак, навчання іноземних студентів передбачає врахування особливостей культури та системи освіти країни, звідки вони прибули. Це завдання стоїть перед українськими навчальними закладами і є черговим підтвердженням невідворотності полікультурності освіти.

Розгляд найбільш вагомих трансформаційних процесів, яких зазнавав запит на освіту останніми десятиліттями, був би не повним без висвітлення ролі держави у цих процесах. На нашу думку, у кожному зі згаданих трансформаційних процесів існують аспекти, на які держава може і повинна впливати, і такі, що піддаються впливу дуже складно чи не піддаються взагалі. Дійсно, у випадку зі зміною взаємодії інституту освіти з ринком праці держава може стати посередником між абітурієнтом і роботодавцем, шляхом тісної співпраці з роботодавцями і ретельного виявлення їх потреб, однак регламентувати «моду» на певні спеціальності майже не можливо. Що ж стосується формування ринку освітніх послуг, то держава повинна розробити стандарти якості для освітніх послуг з різних спеціальностей та щорічно складати рейтинг навчальних закладів за показниками якості навчання. Варто також застосовувати санкції проти вузів, що допускають недобросовісну рекламу, просуваючи освітні послуги низької якості. Важливими є і просвітницькі заходи (наприклад телепередачі на провідних канал телебачення), які б надавали бажаним здобути освіту об'єктивну інформацію про потреби ринку праці в тій чи іншій спеціальності, якість навчання в тих чи інших закладах. Такі заходи змогли б сприяти як поліпшенню взаємодії між ринком праці і навчальними закладами під час формування запиту на освіту, так і підвищенню якості освітніх послуг. Попри всі можливі зусилля держави для формування суспільного запиту на освіту в необхідному і прийнятному для суспільства напрямі, кінцевий вибір залишається за абітурієнтом і він є виключно індивідуальним, тому вплив держави на запит на освіту є більшою мірою корегуючим, ніж формуючим.

На відміну від двох інших типів трансформацій запиту на освіту, полікультурність запиту на освіту та його орієнтацію на міжнародне співробітництво держава може не лише регулювати, а й ефективно використовувати. Так, збільшення числа іноземних студентів дасть змогу забезпечити достатній прибуток для українських вузів, тому активізація співпраці з урядами зацікавлених країн та створення необхідних умов для навчання іноземців є ключовими факторами успіху. Водночас, спеціалісти, що отримали освіту у розвинених країнах є цінними на ринку праці України і здатні застосовувати в економіці держави кращий міжнародний досвід. Проте, якщо держава прагне, щоб до її освітнього простору долучались іноземці, а громадяни обирали вітчизняні навчальні заклади необхідно постійно зацікавлювати молодь сучасними навчальними програмами, високим рівнем якості освіти, належними умовами навчання, прийнятною платою за освітні послуги або їх безкоштовністю.

### Висновки

Інститут освіти в Україні постав перед трансформаціями суспільного запиту на освіту, які у свою чергу здійснюють вплив на ринок праці і формування ринку освітніх послуг. У зв'язку з цим окреслюються основні питання, що мають бути вирішені за участі держави з метою забезпечення відповідності між суспільними потребами і можливостями сфери освіти задовольнити їх. Серед них: створення тісного та ефективного зв'язку між ринком праці та інститутом освіти; формування ринку освітніх послуг; підвищення уваги до якості освіти; активізація міжнародної співпраці у сфері освіти.

Трансформації запиту на освіту не лише поставили ці запитання, але й дали їм вагомий поштовх для успішного розв'язання. Отже, посадовцям, які здійснюють управління у галузі освіти та науковцям, що займаються проблематикою освіти, варто переосмислити роль суспільного запиту на освіту, враховуючи його сучасні особливості розглянуті у статті.

### Література

1. Данилюк А.Я. Принцип культурогенеза в освіті / А.Я. Данилюк // Культурная парадигма. – 2007. – № 4 (34). – С. 4-10.

2. Малинский И.Г. Трудовые предпочтения вузовских выпускников / И.Г. Малинский // Известия Саратовского университета: Сер. Социология. Политология. – 2010. – Вып. 2 – Т. 10. – С. 16-19.
3. Мнения бизнес-работодателей по вопросам оценки качества высшего профессионального образования / С.Р. Борисов, Г.Х. Лобанов, Л.Ф. Олейник, Ю.С. Песоцкий, В.А. Садовничий. – М. : Изд-во МГУ, 2007. – 103 с.
4. Про освіту: Закон України від 23.05.1991 № 1060-XII // Відомості Верховної Ради УРСР від 20.08.1991. – 1991. – № 34. – Ст. 451.
5. Ракова Л.Н. Выпускники на рынке труда Украины: актуальные вопросы исследования / Л.Н. Ракова, В.В. Торкина // Наука и технологии: шаг в будущее – 2011. Материалы III Международной научно-практической конференции 27 февраля 2011 – 05 марта 2011 г. [Электронный ресурс]. – Режим доступа : [http://www.rusnauka.com/6\\_NITSHB\\_2011/Economics/5\\_80794.doc.htm](http://www.rusnauka.com/6_NITSHB_2011/Economics/5_80794.doc.htm)
6. Тюплина И.А. Рынок труда как фактор маркетинговой среды вуза: социологический аспект / И.А. Тюплина // Вестник ВЭГУ. – 2011. – № 1 (51). – С. 63-68.
7. Федотова Н.А. Профессиональный потенциал выпускников вузов / Н.А. Федотова // Человеческие ресурсы. – 1999. – № 1, 2. – С. 14–16.
8. Шаров О.І. Проблеми і перспективи працевлаштування випускників вищих навчальних закладів: Матеріали четвертої Міжнародної науково-практичної конференції. – Донецьк : Дон НУЕТ, 2009.– С. 18-21.
9. Шилова В.І. Державне регулювання ринку освітніх послуг в Україні: автореф. дис... канд. наук з держ. упр.: 25.00.02 / Гуманітарний ун-т «Запорізький ін-т держ. та муніципального управління». – Запоріжжя, 2007. — 20 с.
10. Эванс Д.Р. Маркетинг / Д.Р. Эванс, Б. Берман. – М., 1993. – 335 с.

#### References

1. Danylyuk A.Y. Printsip kul'turogeneza v obrazovanii // Kul'turnaya paradihna – 2007. – №4(34). – S. 4-10.[in Russian]
2. Malinskiy I.G. Trudovye predpocheniya vuzovskikh vypusknikov // Izvestiya Saratovskogo universiteta: Ser.Sociologiya. Politologiya. – 2010. – Вып. 2 – Т. 10. – S. 16-19.[ in Russian]
- 3.Mneniye biznes-pabotodateley po voprosam otsenki kachestva vysshego professional'nogo obrazovaniya / S.R.Borisov, G.H.Lobanov, L.F.Oleynik, J.S.Pesockiy, V.A.Sadovnichiy. – M.: Izd-vo MGU, 2007. – 103 s.[in Russian]
4. Pro osvitu: Zakon Ukrainy vid 23.05.1991 № 1060-XII // Vidomosti Verhovnoi Rady URSR vid 20.08. 1991. – 1991. – № 34. – St. 451.[in Ukrainian]
5. Rakova L.N., Torkina V.V. Vypuskniky na rynku pratsi Ukrainy: aktualni pytannya doslidzhennya // Nauka i tehnologii:shag v budushcheye – 2011. Materialy III Mezhdunarodnoy nauchno-prakticheskoy konferentsii 27 fevralya 2011 – 05 marta 2011 g. [Elektronnyy resurs].– Rezhum dostupa: [http://www.rusnauka.com/6\\_NITSHB\\_2011/Economics/5\\_80794.doc.htm](http://www.rusnauka.com/6_NITSHB_2011/Economics/5_80794.doc.htm).[in Ukrainian]
6. Tyuplyna I. A. Rynok truda kak factor marketingovoy sredy vuza: sotsiologicheskyy aspekt // Vestnik VEGU. – 2011. – № 1 (51). – S. 63-68. [in Russian]
7. Fedotova N.A. Professional'nyy potentsial vypusknikov vuzov // Chelovecheskie resursy. – 1999. – № 1, 2. – S. 14–16. [in Russian]
8. Sharov O. I. Problemy i perspekpektivyy pratsevlashtuvannya vypusknivyk vyshykh navchal'nykh zaklaviv: Materialy Mizhnarodnoi naukovo-praktychnoi konferentsii. – Donetsk : Don NUET, 2009.– S. 18-21. [in Ukrainian]
9. Shilova V.I. Derzhavne reguluyuvannya osvitnikh poslug v Ukraini: avtoref. dys...kand. nauk z derzh. upr.: 25.00.02 /Gumanitari un-t «Zaporizkyi in-t derzh. ta munitsypal'nogo upravlinnya»– Zaporizhzhya, 2007. – 20 s.[in Ukrainian]
10. Evans D.R. Marketing / D.R. Evans, B. Berman. M., 1993. – 335 s.[ in Russian]

Надійшла 22.09.2013; рецензент: д. е. н. Макарова О. В.

## ОЦІНКА СТАНУ І ПЕРСПЕКТИВ РОЗВИТКУ РЕКРЕАЦІЙНОГО КОМПЛЕКСУ В УКРАЇНІ

*У статті розкрито поняття рекреаційного комплексу, показано розміщення основних оздоровчих територій. Розглянуто питання визначення напрямів розвитку рекреаційного комплексу України в умовах трансцендентної економіки України.*

*Ключові слова: рекреаційний комплекс, оцінка, перспективи, рекреаційні ресурси, рекреаційні системи.*

N. S. SADOVSKA  
Khmelnitsky National University

## THE EVALUATION OF THE STATE AND DEVELOPMENT PROSPECTS OF THE RECREATIONAL COMPLEX IN UKRAINE

*This article deals with the concept of a recreational complex, is shown standing of key health areas. The problem of determining the directions of the recreational complex in a transcendent economy of Ukraine. Formation of the state strategy of Ukraine recreation and resort and recreational nature is an urgent problem because of the need of mass recovery of the population. The purpose of the article is to analyze the current situation and identify possible areas of tourist and recreational complex of Ukraine by developing strategies for action of government of Ukraine.*

*Keywords: recreation complex, evaluation, prospects, recreational resources, and recreation system.*

**Постановка проблеми.** Відпочинок, як і праця, є невід'ємними складовими життєдіяльності людини. Але якщо трудова діяльність та її суспільні результати давно досліджуються багатьма науками, то теоретичне осмислення процесу і методів відновлення психофізіологічних сил людини стали об'єктом спеціального вивчення лише у другій половині ХХ століття. На сьогоднішній день в Україні, як і в цілому світі, важко уявити собі систему охорони здоров'я населення без санаторно-курортного лікування та відпочинку.

Україна має великі передумови для розвитку рекреаційних територій, які обумовлені наявністю природних бальнеологічних ресурсів, мережею санаторно-курортних закладів і необхідної для їх функціонування інфраструктури. При цьому комплексне дослідження різноманітних природних лікувальних ресурсів, оцінка їх сучасного стану обумовлюють розвиток курортів різного профілю. Тому потрібно розглядати першочергові проблеми в курортній сфері, рішення котрих повинно бути спрямоване на розвиток, раціональне використання і подальше засвоєння природного потенціалу курортів.

Формування державної стратегії розвитку рекреаційного господарства України і курортно-рекреаційного природокористування є актуальною проблемою у зв'язку з необхідністю масового оздоровлення населення країни, а також основою для конструктивної взаємодії органів державної влади України та її суб'єктів щодо забезпечення комплексного використання природно-рекреаційних ресурсів і потенціалу рекреаційного господарства [1].

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Значний внесок у дослідження проблем розвитку і функціонування сфери рекреаційних послуг зробили такі відомі зарубіжні та вітчизняні вчені, як О. О. Бережна, Л. Ю. Горшкова, В. О. Квартальнов, Т. Д. Крисанова, Д. В. Ніколаєнко, Г. А. Папірян, В. С. Преображенський, В. І. Стафійчук, Н. М. Судова-Хом'юк та інші. У їх працях розглядається як тематика розвитку санаторно-курортної галузі у цілому, так і аналізуються окремі аспекти функціонування таких інституційно-територіальних утворень, якими є рекреаційні комплекси. Проте аналіз змісту опублікованих робіт, матеріалів наукових конференцій і дискусій, які присвячені розгляду вищезазначеної тематики, засвідчує, що є ще багато недостатньо досліджених її аспектів та проблем, які вимагають вирішення.

**Формулювання цілей статті.** Мета статті полягає в аналізі поточної ситуації та визначенні можливих напрямів розвитку туристично-рекреаційного комплексу України шляхом формування стратегії дій органів державного управління України.

**Виклад основного матеріалу.** Для того, щоб проаналізувати стан і структуру рекреаційних ресурсів в Україні необхідно чітко розуміти що саме розуміють під рекреацією і рекреаційними ресурсами.

Рекреація – це поняття, що охоплює усі види відпочинку, у тому числі санаторно-курортне лікування і туризм. У повсякденному житті для короткочасного відпочинку використовуються парки і лісопарки, музеї, заклади культури, стадіони, зони відпочинку; для тривалого відпочинку – санаторії, будинки відпочинку, пансіонати, турбази, готельно-відпочинкові комплекси та різного виду засоби пересування [1].

До рекреаційних ресурсів відносяться компоненти природного середовища: клімат, ландшафт, поверхневі і підземні води, у тому числі мінеральні, рослинність і т.п., використовувані для задоволення

рекреаційних потреб – лікувально-оздоровчих, пізнавальних, спортивних. Для проведення активного відпочинку використовуються природні національні парки, окремі заповідники, території з пам'ятниками природи, історико-архітектурними та іншими визначними пам'ятками [1].

Україна, завдяки географічному положенню, має значні рекреаційні ресурси, до яких належать географічні об'єкти, що використовуються або можуть бути використані з метою відпочинку, туризму, лікування та оздоровлення населення. Рекреаційні ресурси також визначають як об'єкти і явища природного й антропогенного походження, що мають сприятливі для рекреаційної діяльності якісні та кількісні параметри та є матеріальною основою для територіальної організації оздоровлення і лікування людей, формування та спеціалізації рекреаційних центрів і забезпечують їх економічну ефективність. Рекреаційні умови — це сукупність компонентів і властивостей природного середовища, які сприяють рекреаційній діяльності (наприклад, кліматичні особливості, мінеральні джерела, біорізноманіття тощо), але при цьому не є її матеріальною базою.

Рекреаційні ресурси України — рівнинні та гірські рекреаційні ландшафти, річкові та морські пляжі, мінеральні води (понад 400 джерел), лікувальні грязі (майже 100 родовищ). Лікувальні мінеральні води різного хімічного складу є майже в усіх областях лісостепу; із 400 джерел використовують для бальнеологічних цілей і промислового розливу лише 34. Зі 104 відомих в Україні родовищ лікувальних торфових і мулових грязей нині застосовують з метою лікування лише 26. Найбільше рекреаційне навантаження характерне для берегової смуги Азово-Чорноморського узбережжя, де загальна довжина пляжів становить 1160 км, або 47 % морських берегів. До речі, цього досить, щоб одночасно оздоровити 4,1 млн осіб. В Україні діє 45 курортів загальнодержавного і міжнародного значення та 13 курортів місцевого значення, є понад 400 санаторіїв, які можуть прийняти на лікування більш як 600 тис. відпочиваючих. Разом з тим за останні роки спостерігається тенденція зменшення мережі та місткості закладів організованого відпочинку, скоротилася мережа туристичних баз, що значно звузило можливості ефективного використання рекреаційних ресурсів [2].

Загалом в Україні, де розміщені рекреаційні ресурси всіх видів, мають змогу одночасно оздоровитися майже 4,8 млн осіб. Частка потенційно рекреаційних територій у структурі земель України зображена на рис. 1.



Рис. 1. Частка потенційно рекреаційних територій у структурі земель України [3]

Територіальні рекреаційні системи (ТРС) — це складна сукупність соціальних, природних і технічних підсистем, яким властива єдина цільова функція, вони мають територіальну цілісність. Множина ТРС може бути представлена низкою типів за функціями рекреаційної діяльності [3]:

- 1) за ступенем співвідношення в організації відпочинку незміненої природи і технічних систем;
- 2) за територіальною орієнтацією.

За функцією рекреаційної діяльності, яка переважає, вирізняються такі підтипи рекреаційних систем:

- лікувальний, що формується на базі використання комплексу високоякісних природних факторів, таких як мінеральні води, лікувальні грязі, клімат; це, наприклад, курорт Сатанів, багато курортів в Українських Карпатах тощо;
- оздоровчий – такий підтип характеризується проведенням фізичних занять з тренувальним



режимом (прогулянки, екскурсії, спортивні ігри, купання та ін.); прикладом може бути Південний берег Криму; сюди також належать зони відпочинку великих міст, дачні селища, дитячі табори;

— спортивний – для цього підтипу головними є спортивні ігри, змагання, альпінізм, туризм, полювання, рибальство; для їх проведення цінними є малозмінені природні комплекси, що відрізняються екзотичністю, унікальністю, наявністю природних перешкод, а також специфічних інженерних споруд; на такі умови багаті Українські Карпати та Кримські гори (рис. 2);

— пізнавальний, для якого необхідною умовою є збереженість якомога більшого різноманіття найменш змінених ландшафтів та історичних пам'яток. Наприклад, історичні центри міст, меморіальні комплекси тощо.



Рис. 2. Розміщення територіально-рекреаційних систем по території України [3]

За ступенем співвідношення у ТРС незмінної природи та технічних систем розрізняються урбанізовані (міста-курорти, міста-екскурсійні центри) та неурбанізовані (прогулянкові, спортивні, мисливські, рибальські, архітектурно-історичні парки) території. Технічна насиченість урбанізованих територій супроводжується високими вимогами до чистоти природних компонентів та естетичної цінності рукотворних ландшафтів.



Рис. 3. Основні лікувально-оздоровчі комплекси в Україні [4]

За розміщенням кліматичних мінераловодних і лікувально-грязевих ресурсів в Україні сформувалися основні комплексні лікувально-оздоровчі центри та їх угруповання (рис. 3). Рекреаційне районування, тобто поділ території за спеціалізацією рекреаційного обслуговування, структурою рекреаційних ресурсів та напрямками їх освоєння, охорони та відновлення, відображає особливості

просторової організації індустрії оздоровлення та відпочинку. Починаючи з 90-х років ХХ ст. було запропоновано декілька схем такого районування. За однією з них, наприклад, визначають чотири рекреаційних регіони: Карпатський, Кримський, Дніпровсько-Дністровський та Азово-Чорноморський, у межах яких розміщуються вісім рекреаційних районів, а серед них ще вирізняють окремі рекреаційні вузли (підрайони).

Рекреаційне природокористування визначається як самостійний вид діяльності, але він постійно поєднується з іншими видами природокористування, насамперед, лісогосподарським, сільськогосподарським і водним. Кожен із цих видів природокористування робить свій внесок у перетворення ландшафту, яке іноді збігається з цілями рекреаційного природокористування, а іноді — суперечить їм. Розвиток інших видів природокористування відбувається в межах або тісному зв'язку з територіями, де є курортно-рекреаційні ресурси. Наприклад, серйозну загрозу запасам та якості мінеральних вод і лікувальних грязей становить діяльність розташованих в їхніх басейнах підприємств із видобутку корисних копалин та промислових заготівок лісу.

Негативний вплив промисловості, сільського та лісового господарств на якість рекреаційних ресурсів і середовище курортів виявляється переважно через повітря і воду, у зв'язку з чим виникають особливі вимоги до проектування меж округів санітарної охорони курортів з потребою урахування природних закономірностей формування ресурсів. Внаслідок цих обставин варто включати у сферу охорони не лише місця розташування лікувальних засобів, але й райони, в яких вони формуються, а також компоненти природи, які, хоч і не є безпосередньо носіями лікувальних властивостей, але беруть участь у їх формуванні.

**Висновки.** Перспективи розвитку рекреації в Україні зумовлюються дією широкого спектра природних, історико-культурних, соціальних, економічних та політичних факторів, які мають чітко виражену регіональну специфіку. Крім цього, особливості сучасної ситуації полягають у тому, що формування високорозвинутої національної індустрії рекреації та туризму та її інтеграція в світовий ринок туристично-рекреаційних послуг пов'язані з необхідністю розв'язання гострих соціально-економічних проблем в період трансформації суспільно-економічних відносин. Зокрема при плануванні подальшого розвитку рекреаційного комплексу в основу повинна бути покладена ідея природно-історично-етнографічної рекреації, що базується на найбільш раціональному використанні територіального поєднання природних умов, ресурсів та історичних, архітектурних пам'яток краю. Отже, у нас є всі види ресурсів, що дозволяє всебічно розвивати рекреаційний комплекс. Завдяки різноманітним ресурсам рекреаційний комплекс України є багатофункціональним і перспективним напрямом розвитку соціальної сфери.

### Література

1. Ромашова О. М. Економічні аспекти розвитку підприємств рекреаційного комплексу України / О. М. Ромашова // Вісник КНУТД. – 2010. – № 5 (55). – С. 175–179.
2. Державний комітет статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.ukrstat.gov.ua>.
3. Бейдик О.О. Рекреаційно-туристські ресурси України: Методологія та методика аналізу, термінологія, районування / Бейдик О.О. – К. : ВПЦ "Київ, унт", 2001. – С. 43.
4. Коротун І.М. Природні умови та ресурси України : [навч. посіб.] / Коротун І.М., Коротун Л.К., Коротун СІ. – Рівне, 2000. – С. 141.

### References

1. Romashova A. Economic aspects of recreational complex enterprises of Ukraine / OM Romashova // Bulletin KNUTD. - 2010. - № 5 (55). - S. 175-179;
2. State Statistics Committee of Ukraine [electronic resource]. - Mode of access: <http://www.ukrstat.gov.ua>;
3. Beydyk O.O. Recreation and tourism resources of Ukraine: Methodology and methods of analysis, terminology, zoning. - K. CUP "Kyiv, UNT," 2001. - S. 43;
4. Shorty I.N., L.K. Shorty, Shorty S.I. Natural conditions and resources of Ukraine: Teach. handbook. - Exactly, 2000. - S. 141.

Надійшла 22.09.2013; рецензент: д. е. н. Нижник В. М.

**АНАЛІЗ РИНКОВОГО СЕРЕДОВИЩА ПІДПРИЄМСТВ У ГАЛУЗІ  
ВИРОБНИЦТВА КОВБАСНИХ ВИРОБІВ**

*Проведено аналіз ринкового середовища підприємств у галузі виробництва ковбасних виробів. Визначено шість популярних брендів виробників ковбасних виробів, які знаходяться в споживчому кошику українців. Зроблено характеристику великих підприємств виробників ковбасних виробів. Проаналізовано переваги та недоліки малих та невеликих підприємств виробників ковбасної продукції.*

*Ключові слова: ковбасні вироби, ринкове середовище, споживчий кошик.*

O. Y. SOPOTSKO  
National Transport University**MARKET ANALYSE OF SAUSAGE PRODUCTION COMPANIES**

*Analyse of market environment of companies in the production of sausages are provided. Six popular brands of sausages that are in the consumer basket Ukrainian are defined. Characteristic of large companies manufacturers of sausages are made. The advantages and disadvantages of small businesses and small manufacturers of sausages analyzed.*

*Keywords: sausages, market environment, consumer basket.*

**Постановка проблеми.** Сутність ринку ковбасних виробів можна визначити як цілісну, відкриту організаційно-економічну систему, що розвивається під впливом факторів внутрішнього і зовнішнього середовища та складається із сукупності підприємств, які беруть участь у виробництві, переробці, зберіганні, транспортуванні та реалізації такої продукції. Для ефективного управління ланцюгами постачань ковбасних виробів необхідно здійснити аналіз ринкового середовища таких підприємств.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Сучасні проблеми й шляхи розвитку м'ясопереробної галузі на підставі статистичних даних динаміки та структури виробництва основних видів м'ясної продукції окреслено В. О. Янковим. Теоретичні й практичні аспекти функціонування та формування конкурентоспроможності підприємств м'ясної галузі розглянуто В.І. Ємцевим, Ю. П. Подухович зазначив основні напрями удосконалення виробничого процесу м'ясопереробних підприємств і підвищення якості продукції. Аналіз основних виробників м'ясної продукції на українському ринку провів Н. Рибачок. Аналіз ринку ковбасних виробів здійснив В. Михайленко.

**Невирішена раніше частина загальної проблеми.** Водночас, є необхідним здійснити аналіз ринкового середовища підприємств у галузі виробництва ковбасних виробів, так як окремі важливі питання безпосередньо пов'язані з підвищенням ефективності управління ланцюгами постачань ковбасних виробів.

**Цілі статті.** Аналіз ринкового середовища підприємств у галузі виробництва ковбасних виробів. Задачею дослідження є максимально широкий аналіз інформації, що відображає динаміку, структуру та поточний стан ринкового середовища підприємств у галузі виробництва ковбасних виробів. Дане дослідження ґрунтується на методі якісного та кількісного аналізу інформації про підприємства, які виробляють ковбасні вироби.

**Наукова новизна.** У дослідженні проводиться аналіз тих підприємств, які поряд із виробництвом ковбасних виробів виготовляють сировину для власного виробництва, зберігають виготовлену продукцію, транспортують до точок продажу, а також здійснюють реалізацію такої продукції.

**Виклад основного матеріалу.** За даними журналу Фокус було визначено 50 самих популярних українських брендів, які завоювали та утримують своє місце в реальному споживчому кошику українців. Серед них шість популярних брендів виробників ковбасних виробів (таблиця 1 та таблиця 2).

Таблиця 1

**Аналіз брендів виробників ковбасних виробів, які знаходяться у споживчому кошику українців [13]**

| № п/п | Назва торгівельної марки | Місце в рейтингу | Продажі 2011 р. |
|-------|--------------------------|------------------|-----------------|
| 1     | ТМ «Глобино»             | 11 місце         | 1,166 млрд грн  |
| 2     | М «Ятрань»               | 24 місце         | 619,2 млн грн   |
| 3     | ТМ «Фарро»               | 30 місце         | 511,7 млн грн   |
| 4     | ТМ «Юбилейный»           | 36 місце         | 403,4 млн грн   |
| 5     | ТМ «Дружба Народів»      | 40 місце         | 340 млн грн     |
| 6     | ТМ «Башинський»          | 50 місце         | 234,4 млн грн   |

Також, до великих підприємств м'ясопереробної галузі можна віднести: ПрАТ «Тулчинм'ясо»

(торгова марка «Тульчин»), ПрАТ «Ідекс», МПЗ «Колос» (ТМ «Чернівецькі ковбаси»), ПрАТ «Ковельські ковбаси», ПрАТ «Горлівський м'ясокомбінат», ПрАТ «М'ясна Фабрика «Фаворит Плюс», ПрАТ «М'ясна Фабрика «Фаворит», ПрАТ «ВМП», ПрАТ «Луганський м'ясокомбінат» (Таблиця 3).

Таблиця 2

**Характеристика підприємств-виробників ковбасних виробів, які знаходяться  
у споживчому кошику українців [1, 3, 4, 8, 11]**

| Найменування торговельної марки/<br>підприємство-виробник / система управління<br>якістю   | Продуктовий портфель   | Представництва<br>компанії (міста)   |
|--|--|--|
| ТМ «Глобіно»/<br>Група компаній «Глобіно»<br>ДСТУ ISO 9001:2009 - в 2007 р.; ДСТУ ISO<br>22000:2007 - в 2010р.<br>В 2012 році підприємство пройшло<br>сертифікаційний аудит на відповідність<br>вимогам Міжнародного стандарту на харчову<br>продукцію IFS | 400 найменувань продукції: варені ковбаси, сосиски,<br>варено-копчені та напівкопчені, сиров'ялені та<br>сирокопчені ковбаси, шинка, а також м'ясні та курячі<br>делікатеси.<br>Компанії належать виробничі м'ясомолочний та<br>свинокомплекс  | Івано-Франківськ, Умань, Прилуки,<br>Тернопіль, Львів, Луцьк, Рівне,<br>Хмельницький, Вінниця, Житомир, Київ,<br>Одеса, Чернігів, Миколаїв, Черкаси,<br>Кіровоград, Лубни, Кривий Ріг, Херсон,<br>Кременчук, Суми, Полтава, АР Крим,<br>Дніпро-петровськ, Запоріжжя, Харків,<br>Донецьк, Луганськ  |
| ТМ «Ятрань»,<br>ТМ «Ятранчик»/<br>компанія-виробник: М'ясокомбінат «Ятрань»<br><br>ISO 9001 – система управління якістю<br>продукції та ISO 22 000 - система управління<br>харчовою безпекою, яка включає в себе<br>принципи HACCP.                        | Асортимент: варені ковбаси, сосиски, сардельки,<br>сосиски без оболонки, сирокопчені, сиров'ялені<br>ковбаси, варено-копчені ковбаси, напівкопчені<br>ковбаси, копчення, шинки, паштети, заливні, кров'яні<br>ковбаси, нарізка, пельмені, вареники.  | Підприємство знаходиться в Кіровограді, а<br>його регіональні представництва в таких<br>містах: Київ, Кривий Ріг, Дніпропетровськ,<br>Одеса, Харків, АР Крим, Полтава, Черкаси,<br>Умань, Миколаїв, Херсон, Рівне, Житомир,<br>Вінниця, Хмельницький, Чернівці, Івано-<br>Франківськ, Львів, Трускавець, Калуш,<br>Ужгород, Мукачеве.  |
| ТМ «Фарро» компанія-виробник: ПрАТ<br>«Кременчук м'ясо»<br><br>2006 р. – сертифікат ДСТУ 9001-2000 в системі<br>УкрСепро.  | Асортимент: варені ковбаси у натуральній оболонці,<br>варені ковбаси у векторній оболонці, варені ковбаси у<br>поліамідній оболонці, сосиски у натуральній оболонці,<br>сосиски у поліамідній оболонці, сардельки у<br>поліамідній упаковці, інші субпродуктові вироби,<br>ковбаси напівкопчені, ковбаси варено-копчені, ковбаси<br>сирокопчені, ковбаси сиров'ялені, паштети, хлібці,<br>м'ясні делікатеси копчено-варені курячі, м'ясні<br>делікатеси копчено-варені зі свинини, м'ясні<br>делікатеси копчено-варені зі свинини та яловичини,<br>м'ясні делікатеси копчено-варені з яловичини, шинки<br>у поліамідній оболонці, м'ясні сирокопчені делікатеси,<br>серверувальна нарізка. | Торгові дома в Києві, Харкові, Одесі,<br>Донецьку, Львові, Рівному.  |
| ТМ «Юбилейный»/ М'ясокомбінат<br>«Юбилейный»<br><br>Сертифікат системи управління безпечністю<br>харчових продуктів, який відповідає вимогам<br>ДСТУ ISO 22000:2007 і ДСТУ 4161-2003   | Продукція підрозділяється на такі серії: «Преміум»<br>(ковбаса сирокопчена, копченості, делікатеси, ковбаса<br>варено-копчена, напівкопчена, ковбаса варена,<br>сосиски, сардельки), «Класика» (ковбаса варено-<br>копчена, напівкопчена, ковбаса варена, ковбаса варена<br>– фіксована вага, сосиски, сардельки, шинки),<br>«Добрий смак» (ковбаса варено-копчена,<br>напівкопчена, ковбаса варена, сосиски, сардельки,<br>шинки), ТМ «Петрович» (шинки варені).  | На даний момент близько 13 000 торгових<br>точок у різних областях України<br>отримують продукцію м'ясокомбінату як<br>через власні філії компанії так і через<br>дистрибуторів. Продукція представлена в<br>багатьох національних роздрібних<br>мережах. Існує кілька філій м'ясокомбінату<br>в регіонах: Луганський, Донецький,<br>Дніпропетровський, Криворізький,<br>Запорізький, Львівський, Харківський,<br>Одеський, Київський. |
| ТМ «Дружба Народів»/<br>компанія-виробник: М'ясокомбінат «Дружба<br>Народов», ПрАТ «Миронівський хлібопродукт»<br><br>Сертифіковане відповідно до вимог<br>міжнародного стандарту ISO 9001 + FSSC<br>22000   | Виробнича потужність м'ясокомбінату складає 50 тонн<br>м'ясної продукції на добу, асортимент продукції – 90<br>найменувань. Унікальний смак і аромат ковбасних<br>виробів і м'ясних делікатесів отриманий завдяки<br>копчення на букових трісках, близько 10%<br>найменувань продукції випускаються згідно з ГОСТ.   | До структурного напрямку компанії –<br>м'ясопереробка належать такі<br>підприємства: Миронівський<br>м'ясопереробний завод «Легко»,<br>М'ясокомбінат «Дружба народів» – філіал<br>«Дружба народів», ПрАТ «Український<br>бекон».   |
| ТМ «Башинський»/ компанія-виробник:<br>М'ясокомбінат «Український бекон»,<br>«Миронівський хлібопродукт»<br><br>Стандарти системи безпеки та якості продукції<br>HACCP. На даний момент на підприємстві<br>впроваджені стандарти ISO 9001 + FSSC 22000.    | Спеціалізується на переробці м'яса птиці, свинини та<br>телятини і входить в десятку найбільших<br>м'ясопереробних підприємств України.<br>У цеху виробництва м'ясо-ковбасних виробів<br>виробляється широкий асортимент ковбасних виробів і<br>м'ясних делікатесів. Всі вони проходять термічну<br>обробку в суворо заданих технологічних режимах, що<br>дозволяє отримувати продукт стабільної якості.<br>Поточні виробничі потужності заводу складають 48 т /<br>добу м'ясо-ковбасних виробів, 19,8 т / добу<br>напівфабрикатів і 20 т / добу м'яса птиці   | Підприємство засноване у 2005 році, а до<br>Миронівського хлібопродукту приєдналось<br>у 2008 році.  |

Малі та невеликі виробники. Перевага малого виробничого цеху перед великими м'ясопереробними підприємствами – гнучкість. Малі виробники швидше реагують на потреби ринку – «неходовий» товар знімають з виробництва, натомість наповнюють ринок новинками.

До витрат на початку бізнесу належать витрати на ремонт, переобладнання, чи будівництво приміщення, його купівлю чи купівлю земельної ділянки. Ремонт чи будівництво повинні бути проведені із урахуванням відомчих норм технологічного проектування для підприємств м'ясної промисловості та відповідних санітарних правил.

Щодо витрат на обладнання то для цього невеликому цехові, який за добу зможе виробляти до 2 тонн м'ясних та ковбасних виробів, буде достатньо суми до 100 тис. грн. При цьому обладнання буде найдешевшим з можливих (китайським або українським).

Основні витрати, які протягом кожного місяця повинен здійснювати ковбасний цех, – це витрати на

закупівлю сировини (м'яса, спецій, додатків), виплату зарплати, комунальні послуги.

Таблиця 3

**Характеристика великих підприємств-виробників ковбасних виробів [2, 5, 6, 7, 9, 12]**

| Найменування торгівельної марки/підприємство-виробник                             | Характеристика підприємства та виробів, що виготовляються  |
|---|--|
| ТМ «Луганські делікатеси» / ПрАТ «Луганський м'ясокомбінат»                       | До складу ПрАТ "Луганський м'ясокомбінат" входять 3 підприємства. Комбінат працює на обладнанні відомих фірм Німеччини, Австрії, Італії. Підприємство ПрАТ "Луганський м'ясокомбінат" багато років утримує лідируючі позиції, входить до п'ятірки найбільших підприємств-виробників ковбасних виробів та м'ясних напівфабрикатів України. У торгових мережах Луганського регіону запитують в основному продукцію ТМ «Луганські делікатеси». На сьогоднішній день близько 94% всієї м'ясної продукції, споживаної в Луганській області, – це ковбасні вироби ПрАТ «Луганський м'ясокомбінат». За останні 7 років обсяги виробництва ковбасних виробів зросли в 3 рази, м'ясних напівфабрикатів у 5 разів. Дуже широкий асортимент вироблюваної продукції: 150 найменувань ковбасних виробів та 100 видів м'ясних напівфабрикатів і виробів з тіста. |
| ТМ «Чернівецькі ковбаси» / МПЗ «Колос»  | Асортимент пропонованої продукції складає до 160 найменувань. Підприємство виробляє різні групи ковбасних виробів: сосиски, сардельки, варені ковбаси, напівкопчені ковбаси, варено-копчені ковбаси, копченості, паштети, сальтисон, ліверні і кров'яні ковбаси. У Чернівцях працює шість фірмових торгових центрів "Колоса". В даний час створена нова функціональна структура фірми, створені 7 регіональних центрів з продажу.  |
| ТМ «Тульчин» / ТОВ «Тульчинм'ясо»   | Потужність забійного цеху складає 24 тонни м'яса за зміну. Худоба заготовлюється від приватного сектора, а також від колективних с.-г. підприємств. Потужність ковбасного цеху – 20–25 т готової продукції на добу. В асортимент продукції підприємства входить понад сто видів ковбасних виробів, а також м'ясо та м'ясопродукти яловичини та свинини. Ковбасні вироби виробляються в вакуумних упаковках від 0,200 кг до 2,0 кг. Широка дилерська мережа постійно працює на розширення ринків збуту продукції як в Україні, так і за її межами. Штат ТОВ «Тульчинм'ясо» налічує близько 520 працівників, 22% із них мають вищу освіту, 24% – середню спеціальну.   |
| М'ясокомбінат ПрАТ «ДЕКС»   | До складу компанії входить м'ясокомбінат, який виробляє 2000 тонн м'ясної продукції на місяць, логістичний центр та адміністративний комплекс. 3 серпня 2005 р. м'ясокомбінат «Декс» отримав «Сертифікат відповідності» міжнародного стандарту ISO 9001:2000. Оцінка відповідності системи менеджменту якості була проведена міжнародною організацією «SGS - Україна».   |
| М'ясна Фабрика "Фаворит плюс"/ ТМ "Добров", ТМ "М'ясна лавка", ТМ "Ковбасний ряд" | Підприємство виробляє широкий асортимент ковбасних виробів: варені ковбаси, сосиски, сардельки, варені шинки, напівкопчені та варено-копчені ковбаси, паштети та м'ясні делікатеси. Підприємство оснащене сучасним обладнанням. Завдяки використанню вакуумного куттера, варені ковбаси відрізняються пружною консистенцією. Копильні-варильні камери, встановлені фірмою "Schaller", забезпечують можливість створювати оптимальний режим теплової обробки ковбасних виробів. Автоматичний етикерувщик "TAVIL" дозволяє виробляти ковбаси з яскравою етикеткою, що виділяє продукцію фабрики серед присутніх на прилавках магазинів ковбасних виробів.  |
| ТМ «Щирий кум» / ПрАТ «Горлівський м'ясокомбінат»                                 | «Горлівський м'ясокомбінат» за період з 2001 р. по 2008 р. (включно) має позитивну динаміку зростання обсягів виробництва та реалізації продукції – обсяги збільшилися в 10 разів. Комбінат випускає більше 160 найменувань ковбасних виробів в різних видах оболонки і упаковки, а саме: варені ковбаси, паштети, сосиски, напівкопчені, варено-копчені, сирокопчені та сиров'ялені ковбаси, копченості свинячі, яловичі і курячі, інші. На ПрАТ «Горлівський м'ясокомбінат» методично розроблені і впроваджені: 1) Система менеджменту якості відповідно до вимог міжнародного стандарту ISO 9001:2000 (Сертифікат № 213607 від 10.07.2007 р.); 2) Система менеджменту безпеки харчових продуктів (НАССР) відповідно до вимог міжнародного стандарту ISO 22000:2005 (Сертифікат № 2120714 від 16.07.2007 р.).                                    |

Типовий штат підприємства, що виготовляє м'ясопродукти, виглядає так: директор, бухгалтер, працівники виробничого цеху (завідувач виробництвом, кілька технологів та робітники), менеджери з продажу, охоронці на складах та водії. Якщо організувати роботу таким чином, що клієнти самостійно забирають готову продукцію, а постачальники самостійно підвозитимуть сировину, то без водіїв можна обійтись.

Великі заводи, що виробляють продукцію під відомими торговими марками, пропонують до продажу свою продукцію на всій території країни, то менші виробники концентруються на конкретному регіоні. Виробники можуть надавати перевагу співпраці з супермаркетами, а інші збувають свою продукцію через ринки.

Здебільшого постійними клієнтами ковбасних цехів є магазини. Як свідчить практика, невеликі виробники надають перевагу співпраці з невеликими торговими точками.

Якщо великі м'ясокомбінати можуть торгувати своєю продукцією через дистриб'юторів в усіх регіонах країни і доставляти її в будь-яку точку країни, то малі виробники надають перевагу схемі, за якої самі покупці власним транспортом забирають придбану продукцію.

Проблема, з якою майже завжди стикаються виробники у роботі з магазинами чи торговельними

мережами, це так звана усушка, коли магазин може авансом списати 3–5% від ваги прийнятої на реалізацію продукції. До того ж торговці завжди можуть повернути неліквідну продукцію назад виробникові.

Торгівля через базари, яку вважають дешевим різновидом фірмової (фірмова торгівля передбачає існування у виробника мережі власних магазинів чи просто магазину), є доцільною лише для сільської місцевості, де розташовані підприємства. Натомість, у містах на базарах є доволі висока конкуренція, та й продають там здебільшого дешеві або не сертифіковані ковбасні вироби, що, звісно, є значно дешевшими, ніж виготовлена легальним виробником.

На ковбасному ринку конкуренцію витримають лише ті малі цехи, які орієнтуються на дотримання санітарних норм, роблять ставку на якість та випускають продукцію, орієнтовану на споживача середнього класу.

**Висновки.** У ході проведеного дослідження здійснено аналіз ринкового середовища підприємств у галузі виробництва ковбасних виробів. Визначено шість популярних брендів виробників ковбасних виробів, які знаходяться в споживчому кошику українців. Наведено характеристику підприємств-виробників таких брендів за критеріями: продуктивний портфель, представництва підприємства в інших містах та наявність сертифікованих систем управління на підприємстві. Також, зроблено характеристику інших великих підприємств виробників ковбасних виробів. Проаналізовано переваги та недоліки малих та невеликих підприємств виробників ковбасної продукції.

Перевагою більшості великих підприємств виробників ковбасних виробів є наявність власного виробництва сировини, логістичних комплексів, представництв в інших містах та систем управління якістю.

Таким чином, великі підприємства продають свою продукцію по всій країні, а менші виробники концентруються на конкретному регіоні.

Перспективи використання результатів дослідження. Результати дослідження можуть використовуватись при формуванні ланцюгів постачань ковбасних виробів, а також для підвищення ефективності управління існуючими ланцюгами постачання ковбасних виробів, з врахуванням наведених характеристик та особливостей підприємств виробників ковбасних виробів.

### Література

1. Група компаній «Глобіно» [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [ru.globino.ua](http://ru.globino.ua).
2. Луганские деликатесы [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.lmk.lg.ua>.
3. Миронівський хлібопродукт [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [www.mhp.com.ua](http://www.mhp.com.ua).
4. М'ясокомбінат «Юбилейный» [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://yuvileinyi.com.ua/>.
5. М'ясокомбінат ТОВ «ІДЕКС» [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://idex.uaprom.net/>.
6. М'ясна фабрика «Фаворит плюс» [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.mffavorit.com.ua/ru/news/2009/10/>.
7. Публічне Акціонерне Товариство «Горлівський м'ясокомбінат» [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.kum.com.ua/>
8. Публічне Акціонерне Товариство «Кременчук'ясо» [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://krm.com.ua/doc.php?id=296>.
9. Приватне підприємство «Колос» [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.kolos.ua/>.
10. Співпраця з METRO; Наші партнери [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.metro.ua/public/YF>.
11. Товариство з додатковою відповідальністю «М'ясокомбінат Ятрань» [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.yatran.com.ua>.
12. Товариство з обмеженою відповідальністю «Тулчин'ясо» [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [http://www.tulchin-zemlyaki.com.ua/ua/tulchinskij\\_rajon/tov\\_tulchinmyaso/](http://www.tulchin-zemlyaki.com.ua/ua/tulchinskij_rajon/tov_tulchinmyaso/).
13. Фокус представляет 50 украинских брендов, которые завоевали и удерживают своё место в реальной потребительской корзине украинцев. (Рейтинги). [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://focus.ua/charts/244307/>.

### References

1. Group of companies «Globino» [Electronic resource] / – Mode of access: [ru.globino.ua](http://ru.globino.ua).
2. Lugansky delicatessen [Electronic resource] / – Mode of access: <http://www.lmk.lg.ua>.
3. Mironivsky Hliboproduct [Electronic resource] / – Mode of access: [www.mhp.com.ua](http://www.mhp.com.ua).
4. Meat factory «Yubileyny» [Electronic resource] / – Mode of access: <http://yuvileinyi.com.ua/>.
5. Meat factory «Idex» [Electronic resource] / – Mode of access: <http://idex.uaprom.net/>.
6. Meat Factory «Favorit Plus» [Electronic resource] / – Mode of access: <http://www.mffavorit.com.ua/ru/news/2009/10/>.
7. Meat Factory «Gorlovskij meat» [Electronic resource] / – Mode of access: <http://www.kum.com.ua/>.
8. Meat Factory «Kremenchugmyaso» [Electronic resource] / – Mode of access: <http://krm.com.ua/doc.php?id=296>.
9. Meat Factory «Colos» [Electronic resource] / – Mode of access: <http://www.kolos.ua/>.
10. Cooperation with METRO; Partners [Electronic resource] / – Mode of access: <http://www.metro.ua/public/YF>.
11. Meat Factory «Yatran» [Electronic resource] / – Mode of access: <http://www.yatran.com.ua>.
12. Meat Factory «Tulchinmyaso» [Electronic resource] / – Mode of access: <http://www.tulchin->

zemlyaki.com.ua/ua/tulchinskij\_rajon/rov\_tulchinmyaso/.

13. Focus represents 50 Ukrainian brands that have gained and hold back his place in the real basket of Ukrainians. (Ratings). [Electronic resource] / – Mode of access: <http://focus.ua/charts/244307/>.

Надійшла 13.09.2013; статтю представляє к. т. н. Мельниченко О. І.

УДК 658.15

С. В. БЕЛЯЄВА

Київський економічний інститут менеджменту

## ПРОБЛЕМИ ФОРМУВАННЯ ОПЕРАЦІЙНИХ СТРАТЕГІЙ

*У статті проаналізовано основні підходи до визначення поняття «операційна стратегія», досліджено наукові підходи до визначення операційних рішень як засобу стратегічного управління. Визначено роль та значення операційного менеджменту в управлінні конкурентоспроможністю підприємства.*

*Ключові слова: операційна стратегія, стратегічне управління, процесний підхід, стратегічні рішення, планування, конкурентоспроможність підприємства.*

S. BIELIAIEVA

Kyiv Economic Institute of Management

## PROBLEMS OF THE OPERATIONAL STRATEGIES FORMATION

*The paper analyzes the main approaches to the definition of "operational strategy" explored scientific approaches to operational decisions as a means of strategic management. The role and importance of operations management in managing the competitiveness of enterprises. Ukrainian scientists covered a variety of issues shaping operational strategies. It should be noted that many issues relating to the development of indicators and components of the operating strategy are unresolved. Our aim is to study the theoretical and methodical provisions on justification operational decisions in the implementation of competitive strategy of Light Industry of Ukraine. Without effective and perfectly reasonable operating strategy no organization can maintain a market leadership*

*Keywords: operating strategy, strategic management, process approach, strategic decisions, planning, enterprise competitiveness.*

**Постановка проблеми.** Рівень конкурентоспроможності підприємства формується його стратегією, яка знаходить свою реалізацію через відповідні стратегії розвитку виробництва (операційні стратегії), при цьому ринкові чинники впливають на зміст та характеристики операційних стратегій. Так, в умовах відкритості економіки та глобалізованого світу проблема якості відходить на другий план, оскільки неякісному продукту просто немає місця на ринку. В конкурентній боротьбі перемагає той, хто необхідний рівень якості забезпечує найбільш ефективним шляхом ведення операцій.

Розробка та реалізація стратегії, яка забезпечує високу операційну ефективність, лежить в основі операційного стратегічного управління. Виникає завдання науково обґрунтувати способи досягнення найкращих результатів за кожним видом діяльності (процесом) і на цій основі розробити загальну операційну стратегію та визначити її вплив на рівень конкурентоспроможності підприємства.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Потреби споживача, дії конкурентів формують створення нових і модифікацію вже існуючих товарів або послуг. Стратегія організації полягає в тому, щоб враховувати ці обставини та забезпечити підвищення конкурентоспроможності підприємства на ринку товарів або послуг.

За останні роки вчені, які займаються проблемами стратегічного управління і розробкою стратегій, створили систему основних знань про стратегічний менеджмент і планування. Серед них найбільш суттєві дослідження у сфері стратегічного управління проведені у роботах наступних українських вчених: І.Б. Гевко [1], І.А. Ігнатської [2], М.Г. Саєнко [3], З.А. Шершньової [4] та багато інших. Вони розглядають розвиток стратегічного управління з урахуванням особливостей української економіки. Із закордонних фахівців вагомий внесок зробили І. Ансофф [5], Дж. Аккоф [6], О. Віханський [7], Р. Дафт [8], Р.Б. Чейз [9] та ін.

**Постановка завдання.** Українськими вченими висвітлюються різноманітні проблеми формування операційних стратегій. Але слід зазначити, що багато питань, які стосуються розробки системи показників та складових операційної стратегії, є невирішеними.

Метою дослідження є вивчення теоретичних та методичних положень щодо обґрунтування операційних рішень при реалізації конкурентної стратегії підприємств легкої промисловості України.

**Виклад основного матеріалу.** Комплексний вплив засобів менеджменту та маркетингу в розробці й управлінні функціонуванням операційної системи є одним із основних засобів досягнення мети операційної стратегії. Умови конкуренції, які швидко змінюються, оновлення бізнесу, підвищення якості продукції формує вимоги, за яких обґрунтоване управління операціями є запорукою успішної роботи та виживання підприємства. Таким чином, ефективність і раціональність діяльності підприємства в значній мірі залежить від правильного вибору операційної стратегії. Якщо підприємство не має чітких, погоджених і

досяжних цілей, то сама система не може виконувати своє цільове призначення [8]. Без ефективної і досконало обґрунтованої операційної стратегії жодна організація не може утримувати за собою лідерство на ринку.

При обґрунтуванні вибору операцій реалізуються методи та принципи системного підходу з точки зору загальних вимог до функціонування підприємства. Операційна стратегія є суттєвою складовою загальної корпоративної стратегії підприємства, визначає спосіб та рівень використання ресурсних можливостей підприємства, що сприяє реалізації загальної стратегії. Така стратегія визначається, в першу чергу, ринком збуту і відображає використання фірмою своїх ресурсів для забезпечення конкурентних переваг. Таким чином, операційна стратегія є складовою частиною загального процесу планування, що забезпечує відповідність операційних завдань цілям підприємства. Оскільки такі завдання з часом змінюються, то і операційна стратегія також повинна враховувати ці зміни. Операційні можливості підприємства розглядаються як портфель можливостей, які адаптуються до запитів споживачів продукції. Для забезпечення високої конкурентоспроможності підприємства, успіху в діяльності необхідно визначити пріоритети діяльності, наслідки та компроміси.

При плануванні та управлінні операціями обґрунтовуються рішення і знаходяться відповіді на окремі конкретні питання, пов'язані з визначенням переліку, змісту і способу виконання робіт у часових координатах. Тобто вирішуються задачі управління виробничою системою. Виробничою є така система (рис. 1.), яка використовує операційні ресурси підприємства для перетворення вхідних факторів виробництва в певну продукцію чи послуги.

Вхідні або операційні ресурси включають в себе п'ять основних елементів: персонал, виробництво, матеріали та комплектуючі вироби, процеси, системи планування управління. Вхідні фактори перетворюються у "вихід". Виділено місце операційної стратегії в системі операційного менеджменту та менеджменту підприємства взагалі.

Думки вчених згрупувалися таким чином:

- Операційна стратегія визначається в першу чергу ринковими умовами та, виходячи із місії організації, відображає як планує фірма використати свої ресурси та функції (маркетинг, фінанси і операції) з метою забезпечення конкурентних переваг [1; 2; 9–12];

- Операційна стратегія – це визнання важливої ролі операцій в успіху організації і залучення відповідальних за їх здійснення менеджерів в процесі стратегічного планування [3; 8].

Аналізуючи доробки вчених щодо стратегічного планування, можна зробити узагальнений висновок про визначення поняття «операційна стратегія». На нашу думку операційна стратегія є прикладним направленням загальної стратегії підприємства, що охоплює весь спектр його основної діяльності та визначає умови виконання операцій з найменшими витратами, ефективним використанням факторів виробництва та формує його стратегічне позиціонування; вона складає довготривалий процес, який забезпечує можливість швидкого реагування на будь-які зміни у майбутньому. Тобто, операційна стратегія – це сукупність заходів щодо виконання операційних функцій в напрямку формування і реалізації довготривалої конкурентної стратегії підприємства.

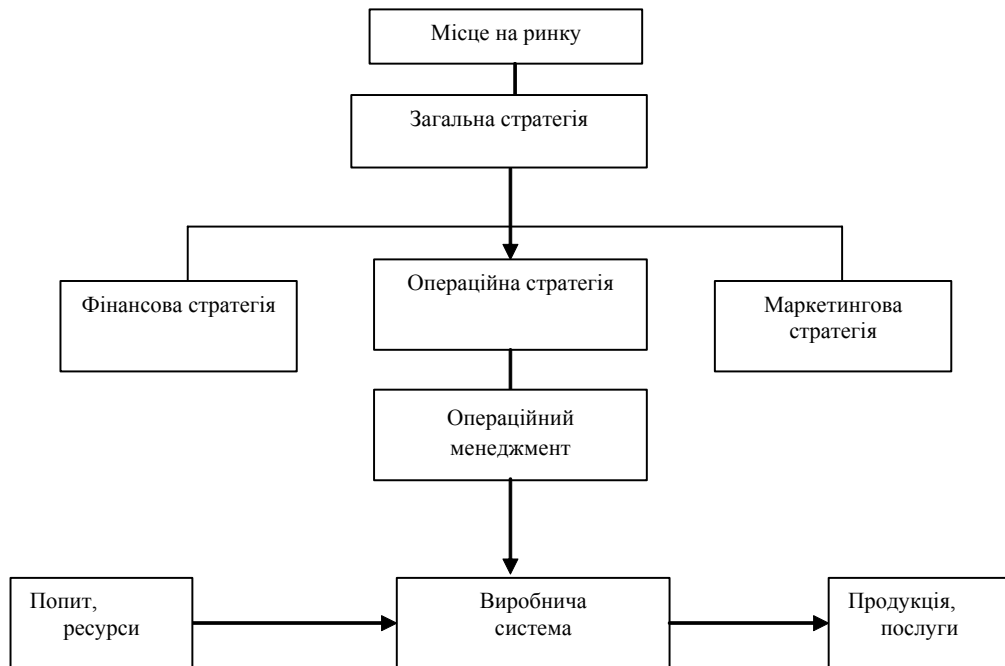


Рис. 1. Загальна модель структури підприємства як виробничої системи (розроблено автором на основі [9])



Для кожної фірми в ринкових умовах одним із вирішальних факторів є розробка операційної стратегії, яка значною мірою визначає конкурентоспроможність та прямо залежить від позиції або місця в цьому питанні по відношенню до інших.

В сучасних умовах складнощі в вирішенні цієї проблеми полягають в наступному:

- По-перше, організації розроблюють свої плани, не враховуючи повною мірою можливих якісних змін у оточенні, хоча вони і екстраполюють існуючу практику на багато років уперед, прораховуючи детальні завдання до рівня окремих робочих місць.

- По-друге, аналіз починають із внутрішніх можливостей і ресурсів організації, обчислюючи, скільки виробів можна випустити та з якими витратами. При цьому залишають без уваги рівень сприйняття цих виробів ринком.

- По-третє, при розробці стратегічних планів не завжди враховується можливість їх реалізації в операційній діяльності підприємств, тобто не забезпечується ефективна підтримка стратегічного управління виробничою діяльністю підприємства методами і засобами операційного менеджменту.

Для забезпечення високих конкурентних можливостей підприємства операційна стратегія реалізується шляхом розробки раціонального виробничого процесу та відповідної інфраструктури. Розробка виробничого процесу включає в себе вибір відповідної технології, складання виробничих завдань та оптимізацію використання виробничих ресурсів, визначення товарно-матеріальних запасів, а також способу розміщення такого процесу. Інфраструктурні рішення стосуються систем планування та управління, способів забезпечення якості, її контролю, структури оплати праці й організації операційної функції виробництва. Необхідно врахувати, що стратегічні рішення впливають на довготривалі показники ефективності роботи підприємства, оскільки визначають, як воно може задовольнити потреби своїх споживачів. Тобто рішення повинні максимально відповідати загальній стратегії підприємства, носити характер обов'язкових умов або виробничих обмежень на різні терміни функціонування підприємства.

Операційна стратегія за своєю суттю відображає розробку загальної політики та планів використання ресурсів фірми з точки зору максимально ефективної підтримки довготривалої конкурентної стратегії. Вона є практичним прикладенням корпоративної стратегії, чим створюється можливість швидкої реакції підприємства на зміни в майбутньому.

Ця стратегія враховує з одного боку потреби споживачів, а з другого - завдання інших елементів структури підприємства. Операційні стратегічні рішення зумовлюють розробку операційно-стратегічних планів. А ці плани, в свою чергу, передбачають створення операційних рішень. Кожна з цих компонентів містить в собі складові. Так, до складу операційних стратегічних рішень належать стратегії товару, процесу, розміщення, організації робіт. До операційно-стратегічних планів належить планування ресурсів, виробничої діяльності, збуту. Операційні рішення передбачають аналіз умов постачання, програми випуску продукції, способу виконання, організації збуту. Утворюється структура взаємозв'язків між вимогами споживачів (їх пріоритетами), а також операційними та іншими ресурсними можливостями підприємства з точки зору задоволення цих потреб. Таким чином, цей підхід пов'язує загальну стратегію підприємства із цільовими ринками, виробничою структурою та операційними можливостями підприємства.

Всі рішення на рівні операційних функцій можна поділити на три складові: стратегічні рішення (довготермінові), тактичні (проміжні), рішення пов'язані з плануванням операцій та їх управлінням. Стратегічні рішення носять, як правило, дуже широкий і загальний характер і можуть бути розраховані на декілька років. Відносно операцій стратегічні рішення впливають на довготривалі показники ефективності роботи фірми, оскільки визначають способи задоволення потреб своїх споживачів. Тактичне планування передбачає опрацювання конкретних варіантів найбільш ефективного розподілу всіх ресурсів, з урахуванням обмежень, накладених стратегічними планами. Вирішуються питання організації постачання матеріалів, потреби у робітниках, часові координати, необхідність та величина запасів та управління ними. Відповіді на ці питання є обмеженням на прийняття рішень, пов'язаних з плануванням операцій та управлінням [4–7; 12].

Успіх конкурентної операційної стратегії залежить від вибору на альтернативній основі певних пріоритетів. Це можуть бути витрати виробництва, якість і надійність продукції, надійність поставок, гнучкість виробництва і швидкість освоєння нових видів продукції. Серед конкурентних пріоритетів маркетингу можна виділити такі поняття, як “переможці замовлення” та “кваліфікатори замовлення”.

Для кожної із альтернатив обґрунтовується ресурсне забезпечення та оцінюються прогнозні наслідки за вибраними критеріями, які в сукупності визначають конкурентні переваги та конкурентну позицію фірми.

Операційна стратегія пов'язана з операційним менеджментом. Під операційним менеджментом розуміють „діяльність з управління процесом придбання матеріалів, їхнього перетворення в готову продукцію і постачання цієї продукції покупцеві” [11].

Головним чином і традиційно, операційний менеджмент пов'язують з виробничою діяльністю, яка фізично змінює стан продукції. Тому трактування, яке охоплює і функцію закупівлі, і функцію виробництва, і функцію розподілу викликає непогодження у багатьох фахівців. Точка ж зору Л. Гелловей [13], яка вкрай поширена, свідчить «Операційний менеджмент – це всі види діяльності, пов'язані з навмисним

перетворенням (трансформацією) матеріалів, інформації чи вподобань покупців». На наш погляд, саме ця точка зору наближена до концепції ланцюжка вартості за М. Портером, яка дозволяє моделювати і визначати вартість як кінцевого продукту, так і вартості продукту на кожній його операції. Тобто обидві концепції (Л. Геллоуей і

М. Портера) не суперечать одна одній, особливо у тому сенсі, що при визначенні ціни кінцевого продукту враховуються і витрати закупівлі, і витрати виробництва, і витрати розподілу. Але для того, щоб у стратегічних цілях можна було аналізувати усі деталізовані складові загального процесу створення продукту, щоб впливати на ці процеси, треба мати можливість поширеного і детального огляду одночасно.

Кінцева мета системи менеджменту – це збільшення маси прибутку за рахунок підвищення конкурентоспроможності товару, поширення ринку його збуту, забезпечення стійкості роботи підприємства. Для досягнення своєї мети кожне виробниче підприємство може використати один або декілька підходів до організації своєї діяльності. Передові фірми світу досягають високої якості товарів за рахунок застосування сучасних методів менеджменту, використання конкурентних переваг і під дією закону конкуренції – об'єктивного процесу «вимивання» з ринку неякісних товарів.

Важливе значення має використання процесного підходу, при якому координують взаємопов'язані безперервні дії із стратегічного маркетингу, планування, організації процесів, обліку та контролю, мотивації, регулюванню, і в центрі уваги лежить координація робіт.

Дуже часто також операційну стратегію пов'язують з процесним підходом як часткою всеохоплюючого, стабільного і безперервного управління конкурентоспроможністю компаній [14].

Отже, оскільки виробничі процеси природно складаються з технологічних операцій, для зрозуміння операційної стратегії слід проаналізувати визначення, які покладені в основу менеджменту процесів. Серед них центральними є поняття процесу, операції, функції, але у їх трактуваннях різними авторами немає єдності. Невід'ємна від менеджменту процесів наукова дисципліна з циклу інформаційних технологій „реінжиніринг бізнес-процесів” [12] в основу покладає не концепції менеджменту, а рухливі концепції програмування. Це призводить до того, що для однакових концепцій менеджменту і його понять застосовують різні визначення. Поняття процесу, операції, функції напряму не пов'язуються із операційною стратегією, хоча фактично забезпечується саме вона.

Організація процесів уявляє собою інструмент для контролю виконання задач, для координації їх часових і просторових аспектів (хто, коли, що, як виконує). Підприємство, яке орієнтовано на процеси, спирається на принцип регулювання послідовності операцій. Найпростішими складовими окремої задачі є операції, з яких складається процес. Операція є складовою дією, яка необхідна для виконання роботи. З операцією можуть бути пов'язані такі її витратні характеристики (реквізити, атрибути), як необхідна трудомісткість (час), заробітна плата, транспортні витрати, амортизація, накладні витрати.

Процес – це така перетворююча послідовність операцій, яка необхідна для створення економічно значущого об'єкту, і яку можна також вважати завершеною (з точки зору змісту, часу, логічної черговості тощо). Наявність економічно значущого об'єкту має центральне значення для процесу і зветься „процесним об'єктом” або „об'єктом, який формує процес”. У процесі додатково можуть бути задіяними також інші об'єкти. Прикладом може слугувати процес перевірки рахунків на ґрунті об'єкта „рахунок-фактура”. У цьому ж процесі може бути задіяним замовлення на постачання, так як із замовленням зв'язується рахунок-фактура.

Фатхутдинов Р.А. розглядає заходи з підвищення якості процесу в системі з точки зору класичної схеми динамічної системи, яка має вхід, процес і вихід, і перетворює вхід у вихід засобами процесу. Автор зауважує: найнижча оцінка будь-якого з цих трьох елементів системи буде відбиватися на якості її виходу [15].

Особливим видом процесу є бізнес-процес, який відображає центральну сферу діяльності підприємства і його цілі. Бізнес-процес розглядається як сукупність взаємопов'язаних операцій, яка інтегрує наскрізні матеріальні, фінансові та інформаційні потоки через організаційну структуру компанії. Головними ознаками для виділення та опису бізнес-процесів є ті точки, де виконується ділове спілкування з бізнес-партнерами підприємства (його постачальниками, клієнтами і т.п.). Прикладами таких бізнес-процесів можуть бути: опрацювання замовлень на виробничому підприємстві, укладання торгівельної угоди на комерційному підприємстві, укладання договору навчання, надання кредиту банком і т.п.

Застосування процесного підходу до управління підприємством під час реструктуризації передбачає концентрацію зусиль не на окремих функціях структурних підрозділів, а на цілісних наскрізних ланцюжках операцій. Ланцюжок може проходити через різні структурні підрозділи, які беруть участь у бізнес-процесі. Саме управління бізнес-процесом пов'язує діяльність взаємодіючих підрозділів підприємства. Це відрізняє управління бізнес-процесом від управління окремими ресурсами і центрами витрат підприємства. Процесний підхід у такій концепції з 1997 р. розглядався у роботах багатьох авторів [8]. Такий підхід пов'язує загальну стратегію підприємства із цільовими ринками, виробничою структурою та операційними можливостями підприємства.

**Висновки.** Аналізуючи вище викладене, можна зробити такі висновки:

1. Аналіз існуючого стану та літературних джерел дає змогу стверджувати, що стратегічне

управління є одним з найбільш важливих напрямків удосконалення механізму управління розвитком підприємства. Визначено, що не існує єдиної думки, а має місце цілий ряд підходів до визначення понять стратегічного управління, операційної стратегії, оперативних рішень, які певним чином доповнюють один одного.

2. Розглянуто та уточнено етапи розробки операційної стратегії з позиції процесного підходу в умовах невизначеності зовнішнього середовища.

### Література

1. Гевко І. Б. Операційний менеджмент : [навч. посібн. для студ. вищ. навч. закладів] / І. Б. Гевко. – К. : Кондор, 2007. – 228 с.
2. Ігнат'єва І.А. Стратегічний менеджмент: теорія, методологія, практика / І.А. Ігнат'єва. – К. : Знання України, 2005. – 250 с.
3. Саєнко М.Г. Стратегія підприємства : [підручник] / М.Г. Саєнко. – Тернопіль : «Економічна думка», 2006. – 390 с.
4. Шершньова З.Є. Стратегічне управління / З.Є. Шершньова. – К. : КНЕУ, 1999. – 385 с.
5. Ансофф І. Новая корпоративная стратегия / Ансофф И. – СПб. : Питер, 1999. – 416 с. – (Теория и практика менеджмента).
6. Акофф Р. Планирование будущего корпорации / Общ. ред и предисл. В.И. Данилова-Данильяна. – Пер. с англ. – М. : Прогресс, 1985. – 327 с.
7. Виханский О. С. Стратегическое управление / О. С. Виханский. – М. : Изд-во МГУ, 1995. – 252 с.
8. Дафт Р. Менеджмент / Дафт Р. – [Пер. с англ. под ред. С.К. Мордовина]. – 8-е изд. – СПб. : Питер, 2010. – 800 с.
9. Чейз Р.Б. Производственный и операционный менеджмент / Чейз Р.Б., Джейкобз Ф.Р., Аквилано Н.Дж. – [Пер. с англ. 10-е изд.]. – М. : ООО «И.Д. Вильямс», 2008. – 1184 с.
10. Василенко В.О. Виробничий (операційний менеджмент) : [навчальний посібник] / Василенко В.О., Ткаченко Т.І. – Вид. 2-ге, виправл. і доп. ; За ред. Василенко В.О. – К. : ЦНЛ, 2005. – 532 с.
11. Дорофієнко В. В. Операційний менеджмент : [підруч. для студ. вищ. навч. закладів] / В.В. Дорофієнко, В.П. Колосюк. – Донецьк : ВІК, 2006. – 418 с.
12. Градов А. П. Экономическая стратегия фирмы / А. П. Градов. – М. : СПб. : Спец. Литература, 1995. – 415 с.
13. Гэлловей. Операционный менеджмент: Принципы и практика / Гэлловей, Лес. – [Пер. с англ С. Жильцов]. – СПб. : Питер, 2001. – 319 с.
14. Портер М.Е. Стратегія конкуренції / М.Е. Портер. – [Пер. з англ.]. – К. : Основи, 1997. – 390 с.
15. Фатхутдинов Р. А. Стратегический менеджмент : [учебник для вузов] / Р. А.Фатхутдинов. – 2-е изд., доп. – М. : ЗАО „Бизнес-школа „Интел-Синтез”, 1998. – 304 с.

### References

1. Gevko I. B. Operacijnyj menedzhment: [Navch. posibn. dlya stud. vy'shh. navch. zakladiv] / I. B. Gevko. – K.: Kondor, 2007. – 228 s.: il., tabl. Bibliogr.: s.225-226.
2. Ignat'yeva I.A. Strategichnyj menedzhment: teoriya, metodologiya, prakty'ka / I.A. Ignat'yeva. – K.: Znannya Ukrainy, 2005. – 250s.: ry's. – Bibliogr.: s. 219-229.
3. Sayenko M.G. Strategiya pidpr'yemstva: [Pidruchny'k] / M.G. Sayenko. – Ternopil': «Ekonomiczna dumka», 2006. – 390 s.
4. Shershn'ova Z.Ye. Strategichne upravlinnya / Z.Ye. Shershn'ova. – K. KNEU, 1999. – 385 s.
5. Ansoff Y'. Novaya korporat'yvnaya strategy'ya. – SPb.: Py'ter, 1999. – 416 s. – (Teory'ya y' prakty'ka menedzhmenta).
6. Akoff R. Plan'y'rovany'e budushhego korporacy'y': Per. s angl. / Obshh. red y' predy'sl. V.Y'. Dany'lova-Dany'l'yana. – M.: Progress, 1985. – 327 s.
7. Vy'xansky'j O. S. Strategy'cheskoe upravleny'e / O. S. Vy'xansky'j. – M.: Y'zd-vo MGU, 1995. – 252 s.
8. Daft R. Menedzhment. 8 – e y'zd. / Per. s angl. pod red. S.K. Mordovy'na. – SPb.: Py'ter, 2010. – 800 s.: y'l.
9. Chejz R.B., Dzhhejkobz F.R., Akvy'lano N.Dzh. Proy'zvodstvennyy y' operacy'onnyy menedzhment, 10–e y'zd., Per. s angl. – M.: ООО «Y'.D. Vy'l'yams», 2008. – 1184 s.
10. Vasy'lenko V.O., Tkachenko T.I. Vy'robny'chy'j (operacijny'j menedzhment): Navchal'ny'j posibny'k. Vy'd. 2-ge, vy'pravl. i dop. / Za red. Vasy'lenko V.O. – Ky'yiv: CzNL, 2005. – 532s.
11. Dorofiyenko V. V. Operacijny'j menedzhment: [Pidruch. dlya stud. vy'shh. navch. zakladiv] / V.V. Dorofiyenko, V.P. Kolosyuk – Donecz'k: VIK, 2006. – 418 s.: il., tabl. Bibliogr.: s.394-396.
12. Gradov A. P. Ekonomy'cheskaya strategy'ya fy'rmy / A. P. Gradov. – M.: SPb Specz. Ly'teratura, 1995. – 415 s.
13. Gellovej, Les. Operacy'onnyy menedzhment: Pryn'cy'py y' prakty'ka / Per. s angl S. Zhy'lcov. – SPb y' dr.: Py'ter, 2001. – 319 s.: y'l., tabl.- (Teory'ya y' prakty'ka menedzhmenta). Paral. ty'tl. angl. – By'bly'ogr.: s. 314-Ukaz.:s. 314 – 319.
14. Porter M.E. Strategiya konkurenciyi / [Per. z angl.]; M.E. Porter. – K.: Osnovy', 1997. – 390 s.
15. Fatxutdy'nov R. A. Strategy'chesky'j menedzhment: [Uchebny'k dlya vuzov] / R. A. Fatxutdy'nov. – 2-e y'zd., dop. – M.: ЗАО „By'znes-shkola „Y'ntel-Sy'ntez”, 1998. – 304 s.

Надійшла 15.09.2013; рецензент: д. е. н. Тітова Н. А.

УДК 001.891:341.24:378

В. В. ГАПОН, К. Г. ЧИТАЄВА

Інститут інноваційних технологій і змісту освіти, МОН України

## МОНІТОРИНГОВІ ДОСЛІДЖЕННЯ МІЖНАРОДНОГО СПІВРОБІТНИЦТВА ТА ПАРТНЕРСТВА В СИСТЕМІ ВИЩОЇ ОСВІТИ

*У статті висвітлено результати досліджень з міжнародного співробітництва та партнерства в системі вищої освіти за 2008–2012 роки. Проаналізовано договірну базу міжнародного партнерства та співробітництва вищих навчальних закладів України. Проведено кількісну оцінку особистих контактів українських фахівців та студентів з зарубіжними партнерами та якісну характеристику їх співпраці.*

*Ключові слова: міжнародне співробітництво, міжнародне партнерство, вищі навчальні заклади, вища освіта, інформаційно-аналітична система.*

V. HAPON, K. CHYTAYEVA

Institute of Innovative Technologies and Education Content, Ministry of Education and Science of Ukraine

## MONITORING RESEARCHES OF INTERNATIONAL COOPERATION AND PARTNERSHIP IN THE SYSTEM OF HIGHER EDUCATION

*The results of researches on international cooperation and partnership in the system of higher education since 2008 to 2012 are described in the article. The contractual framework of international partnership and cooperation of higher education institutions in Ukraine is analyzed. A quantitative assessment of Ukrainian professionals' and students' personal contacts with foreign partners and qualitative characteristic of their cooperation is conducted.*

*Keywords: international cooperation, international partnerships, higher educational institutions, higher education, information and analytical system.*

**Постановка проблеми.** У сучасних умовах демократизації суспільного життя в Україні, коли вищі навчальні заклади (ВНЗ) отримали великий ступінь самостійності та самоврядності, суттєво посилилася функція міжнародної діяльності.

Національною стратегією розвитку освіти в Україні до 2021 року в сфері міжнародної діяльності вищих навчальних закладів передбачено такі завдання:

- укладення і реалізація міжурядових та міжвідомчих угод про співробітництво в галузі освіти і науки;
- організація освітніх і наукових обмінів, стажування та навчання за кордоном студентів, педагогічних і науково-педагогічних працівників;
- розширення участі навчальних закладів, педагогів, науковців, учнів та студентів у проектах і програмах міжнародних організацій та співтовариств;
- вивчення досвіду стосовно модернізації системи освіти, професійного зростання в рамках концепції неперервного навчання щодо запровадження міжнародних шкіл, дискусійних майданчиків тощо;
- проведення спільних наукових досліджень з актуальних проблем розвитку освіти та галузей економіки;
- навчання іноземців та осіб без громадянства у вищих і професійно-технічних навчальних закладах України;
- задоволення освітньо-культурних потреб української діаспори.

Напрями та обсяг міжнародної діяльності сьогодні визначають авторитет ВНЗ. Міжнародна діяльність є механізмом інтеграції навчального закладу до сучасного глобального ринку освітніх послуг та досягнень науки і техніки, у рамках якого освіта набуває прозорості, конкурентоздатності та стає порівнюваною. Здатність українських університетів максимально використовувати можливості, які виникають у сфері міжнародного співробітництва, виявляється вирішальною для їхнього процвітання.

**Аналіз досліджень і публікацій.** Проблема міжнародного співробітництва та партнерства завжди приділяли значну увагу вітчизняні науковці. Методологічним і прикладним питанням щодо дослідження проблем міжнародного співробітництва присвячено наукові роботи В. Кременя [4, 6], А. Гуржія [2], І. Вакарчука, В. Журавського [3], М. Степка [5], Я. Болюбаша [5, 7], В. Шинкарука [5, 7] та ін.

**Постановка завдання.** Метою статті є науковий аналіз міжнародної діяльності ВНЗ України у європейському та світовому форматі із застосуванням інформаційно-аналітичної системи, яка забезпечить ефективне формування моніторингових даних щодо міжнародного співробітництва та партнерства.

**Основний матеріал дослідження.** Один із принципів розвитку освітньої політики України є інтеграція вищої та післядипломної професійної освіти в європейські та світові освітні структури за умови збереження, розвитку досягнень і традицій вищої національної школи. Основною метою модернізації та реформування системи вищої освіти є формування потенціалу достатнього для підготовки кваліфікованого фахівця відповідного рівня та профілю, конкурентоздатного на ринку праці, що володіє арсеналом

інформаційно-комунікаційних технологій на рівні світових стандартів, здатного до постійного професійного росту [4, с. 160; 7, с. 6].

Методологічною основою керованості вищої освіти України є надання їй можливості саморегулювання на міжнародному, державному, регіональному рівнях, а також всередині вищого навчального закладу [2, с. 4].

До головних сфер міжнародного співробітництва вищого навчального закладу слід віднести:

- по-перше, підготовку фахівців для зарубіжних країн, їх соціальну адаптацію в Україні;
- по-друге, міжнародну науково-технічну співпрацю та інтеграцію у світовий науковий простір.

Підготовка фахівців для зарубіжних країн у навчальних закладах України здійснюється за міждержавними угодами України з іншими країнами, а також угодами міністерств, відомств та навчальних закладів України, що укладені з органами управління освітою, організаціями та фірмами інших країн і міжнародними організаціями [1, с. 260].

У 2012/2013 навчальному році у вищих навчальних закладах України здобувають освіту 60480 іноземних громадян з 146 країн світу (57078 осіб навчаються на основних факультетах, 3402 особи – на підготовчих факультетах).

Найпотужнішими центрами підготовки іноземних студентів є Харків (27 %), Київ (18 %), Одеса (10 %), Луганськ (8 %).

До основних форм міжнародної діяльності віднесено співпрацю з провідними закордонними університетами, здійснення спільної науково-дослідної, навчальної, видавничої діяльності, обмін науково-педагогічними кадрами, студентами, фахівцями, організацію міжнародних науково-практичних конференцій, семінарів та тренінгів, участь у спільних освітніх проектах тощо.

Для проведення аналітичних досліджень створена інформаційна база даних про міжнародне співробітництво вищих навчальних закладів України та здійснено аналіз інформації про угоди із зарубіжними навчальними закладами; обсяги закордонних відряджень фахівців та студентів; участь у міжнародних освітніх організаціях, програмах, фондах; прийом іноземних фахівців.

Сьогорні держава сприяє міжнародному співробітництву у галузі освіти і здійснює заходи щодо розвитку та зміцненню взаємовигідного співробітництва в межах двосторонніх і багатосторонніх договорів і угод. Спостерігається динаміка значного зростання (у 2,3 рази) укладених міжнародних договорів в цілому по галузі в порівнянні з 2008 роком (табл. 1).

Таблиця 1

**Інформація щодо кількості угод, укладених вищими навчальними закладами III-IV р.а.**

| Показники       | 01.01.2008 | 01.01.2009 | 01.01.2010 | 01.01.2011 | 01.01.2012 | 01.01.2013 |
|-----------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|
| Кількість угод  | 2075       | 2703       | 2870       | 3344       | 3950       | 4732       |
| Кількість ВНЗ   | 110        | 113        | 118        | 124        | 132        | 135        |
| Кількість країн | 91         | 89         | 94         | 91         | 94         | 92         |

Найбільша кількість угод на міжнародне співробітництво укладена з Росією – 1110 угод (23,5 %), Польщею – 684 (14,5 %), Німеччиною – 362 (7,7 %), Білоруссю – 242 (5,1 %), Китаєм – 209 (4,4 %), США – 162 (3,4 %), Францією – 157 (3,3 %), Болгарією – 139 (2,9 %), Словаччиною – 102 (2,2 %), іншими країнами – 1565 (33 %).

Серед вищих навчальних закладів найбільшу кількість міжнародних угод уклали Східноукраїнський національний університет ім. В. Даля (137), Південноукраїнський національний педагогічний університет ім. К. Д. Ушинського (108), Національний технічний університет України "КПІ" (102), Бердянський державний педагогічний університет (102), Національний гірничий університет (96), Чернівецький національний університет ім. Ю. Федьковича (91), Сумський державний університет (91), Київський національний університет ім. Тараса Шевченка (90), Черкаський національний університет ім. Б. Хмельницького (88), Харківський національний університет радіоелектроніки (88), Донецький національний університет економіки і торгівлі ім. М. Туган-Барановського (88).

На початок 2013 року кількість закордонних відряджень українських фахівців і студентів у порівнянні з 2008 роком збільшилась на 40,2 % (табл. 2).

Таблиця 2

**Інформація про обсяги закордонних відряджень українських фахівців і студентів**

| Показники                    | 01.01.2008 | 01.01.2009 | 01.01.2010 | 01.01.2011 | 01.01.2012 | 01.01.2013 |
|------------------------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|
| Кількість відряджень         | 12627      | 14448      | 12818      | 16699      | 16959      | 17707      |
| у т.ч. за прямими договорами | 2978       | 4215       | 3557       | 4253       | 5785       | 6643       |
| Кількість ВНЗ                | 107        | 115        | 119        | 120        | 127        | 132        |
| Кількість країн              | 85         | 92         | 88         | 93         | 110        | 97         |

Основними видами закордонних відряджень у 2013 році були наукова робота (6,7 %); наукове стажування (6,2 %); довгострокова педагогічна робота (0,2 %); участь у конференціях, з'їздах (34 %);

навчання в аспірантурі (0,5 %); повний курс навчання студентів (1,0 %); частковий курс навчання студентів (17,5 %); мовні курси студентів (5,1 %); мовні курси викладачів (0,6 %); інші види відряджень (28,2 %).

Найбільша кількість відряджень приходить на Польщу (18 %), Росію (13 %), Німеччину (11 %), Францію (5 %), США (4 %), Болгарію (4 %), Туреччину (4 %).

Серед вищих навчальних закладів найбільшу кількість українських фахівців, студентів, викладачів було направлено у зарубіжні країни з Київського національного університету ім. Т. Шевченка (1513), Одеської національної морської академії (748), Львівського національного університету ім. І. Франка (656), Чернівецького національного університету ім. Ю. Федьковича (651), Національного університету "Львівська політехніка" (551), Харківського національного університету ім. В. Каразіна (495), Херсонської державної морської академії (379).

Високий міжнародний авторитет України забезпечується науково-технічними дослідженнями, що проводяться із залученням зарубіжних фахівців (табл. 3).

Таблиця 3

**Інформація про прийом іноземних фахівців**

| Показники                    | 01.01.2008 | 01.01.2009 | 01.01.2010 | 01.01.2011 | 01.01.2012 | 01.01.2013 |
|------------------------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|
| Кількість осіб               | 7336       | 7317       | 7487       | 9796       | 9803       | 11357      |
| у т.ч. за прямими договорами | 2448       | 2288       | 2889       | 4294       | 4369       | 5851       |
| Кількість ВНЗ                | 101        | 108        | 112        | 114        | 118        | 123        |
| Кількість країн              | 93         | 96         | 88         | 96         | 100        | 96         |

Як свідчать наведені дані, спостерігається збільшення прийнятих іноземних фахівців на 55 % за останні 6 років. Найбільшу кількість іноземних фахівців було прийнято із таких зарубіжних країн, як Росія (18,5 %), Польща (17,5 %), Німеччина (7,4 %), США (5,1 %), Білорусь (4,3 %).

На думку В. Кременя [4, с. 50], певні глобальні тенденції, а саме: прагнення до демократизації освіти, реальне забезпечення права на освіту всім бажаючим, значний вплив соціально-економічних і політичних чинників на здобуття освіти, зростання ринку освітніх послуг зумовлюють появу великих міжнародних проектів і програм. На цей час досить широкими є міжнародні відносини вищих навчальних закладів України у сфері науково-технічного та організаційно-методичного співробітництва.

У програмі Tempus, яка розроблена для надання допомоги соціальним і економічним перетворенням в країнах-партнерах, та сприяє розвитку вищої освіти в цих країнах, найбільш активно приймають участь такі вищі навчальні заклади, як Таврійський національний університет ім. В. І. Вернадського, Національний технічний університет "ХПІ", Національний технічний університет України "Київський політехнічний інститут", Київський національний університет ім. Тараса Шевченка, Сумський державний університет, Львівський національний університет ім. Івана Франка, Хмельницький національний університет, Харківський національний університет радіоелектроніки та ін.

Програма Erasmus Mundus – це програма співпраці та мобільності у сфері вищої освіти, яка спрямована на розвиток Європейського Союзу як всесвітнього центру досконалості освітнього процесу та посилення міжнародних зв'язків у сфері вищої освіти через підтримку високоякісних європейських магістерських курсів. Активну участь у цій програмі приймають Національний технічний університет України "Київський політехнічний інститут", Таврійський національний університет ім. В. І. Вернадського та Київський національний лінгвістичний університет.

В освітній програмі Жана Моне, мета якої полягає у підвищенні рівня знань та поінформованості суспільства в ЄС та поза його межами, про питання європейської інтеграції через стимулювання викладання, дослідницької діяльності найбільш активно співпрацюють Донецький державний університет управління та Національний університет "Києво-Могилянська академія".

У міжнародній студентській організації у галузі економіки та управління AIESEC, головною метою якої є посередництво під час проходження студентами професійної практики за кордоном, приймають участь Івано-Франківський національний технічний університет нафти і газу, Запорізька державна інженерна академія та Південноукраїнський національний педагогічний університет ім. К. Д. Ушинського.

З німецькою службою академічних обмінів DAAD з метою розвитку освітньої та наукової політики активно співпрацюють Чернівецький національний університет ім. Юрія Федьковича, Донецький національний технічний університет та Київський національний лінгвістичний університет.

Фонд Відродження розподіляє гранти між організаціями, що працюють на розвиток суспільства, та втілює проекти, важливі для соціального та політичного розвитку України. Міжнародну діяльність з цим фондом здійснюють Запорізький національний університет, Кременчуцький національний університет ім. Михайла Остроградського, Південноукраїнський національний педагогічний університет ім. К. Д. Ушинського.

З Організацією Об'єднаних Націй з питань освіти, науки і культури (ЮНЕСКО) для реалізації ряду довгострокових широкомасштабних міжнародних програм і проектів співпрацюють Кам'янець-Подільський національний університет ім. Івана Огієнка, Запорізький національний університет, Східноукраїнський

національний університет ім. Володимира Даля, Таврійський національний університет ім. В. І. Вернадського.

Програма імені Фулбрайта, спонсорована урядом США, посідає чільне місце у системі міжнародної освіти. За час існування Програми в Україні студенти та фахівці Національного технічного університету України "Київський політехнічний інститут", Вінницького національного технічного університету, Харківського національного університету ім. В. Н. Каразіна, Донецького національного технічного університету навчались, стажувались, проводили дослідження в США; у свою чергу, американські спеціалісти викладали в українських вищих навчальних закладах й займалися науковою діяльністю.

Європейська асоціація університетів (EUA) представляє та підтримує такі вищі навчальні заклади в Україні, як Донецький державний університет управління, Київський національний університет технологій і дизайну, Національний університет "Львівська політехніка", Тернопільський національний технічний університет ім. Івана Пулюя.

Основними напрямками участі вищих навчальних закладів України у міжнародних освітніх організаціях, програмах і фондах є гуманітарні науки, технічні дисципліни, соціальні науки, економіка, екологія, педагогіка, політологія, туризм. Визначено результати цієї співпраці, а саме:

- розробка та оновлення навчальних планів;
- підвищення кваліфікації викладацького складу;
- захист дисертацій;
- здійснення дослідницької діяльності у різних галузях науки;
- придбання обладнання, посібників, книжок, аудіо-відео матеріалів;
- видання спільних збірок, наукових праць, статей, монографій;
- участь в наукових конференціях, семінарах-тренінгах, круглих столах, презентаціях у мас-медіа.

**Висновки.** Отже, на даному етапі для вітчизняної вищої освіти вигідно і важливо сприяти розвитку міжнародної діяльності вищих навчальних закладів, підвищувати рівень підготовки студентів, приймати активну участь у міжнародних науково-технічних програмах та спільних освітніх проектах. Очевидною є необхідність подальших аналітичних досліджень з міжнародного співробітництва та партнерства, широкого розповсюдження результатів аналізу накопиченого досвіду під час проведення міжнародних конференцій, семінарів, що надасть змогу вищим навчальним закладам підвищувати свою конкурентоспроможність на світовому ринку освітніх послуг та забезпечувати стійкі зв'язки із закордонними партнерами.

### Література

1. Гапон В. В. Створення інформаційного середовища з метою моніторингу підготовки іноземних студентів у вищих навчальних закладах України / В. В. Гапон, Л. В. Попкова, Л. Л. Чимбай // Вісник Хмельницького національного університету. – Хмельницький : ХНУ, 2010. – №6, Т.1. – С. 259–264.
2. Гуржій А. М. Оцінювання діяльності вітчизняної вищої освіти як управлінська та педагогічна проблема / А. М. Гуржій, В. В. Гапон // Сучасні інформаційні технології та інноваційні методики навчання в підготовці фахівців: методологія, теорія, досвід, проблеми: Зб. наук. пр. – Київ-Вінниця : ДОВ Вінниця, 2004. – Вип. 5. – С. 3–8.
3. Журавський В. С. Болонський процес: головні принципи входження в Європейський простір вищої освіти / Журавський В. С. – К. : Вид-во "Політехніка", 2003. – 200 с.
4. Кремень В. Г. Освіта і наука в Україні – інноваційні аспекти: Стратегія. Реалізація. Результати / Кремень В. Г. – К. : Грамота, 2005. – 448 с.
5. Болонський процес у фактах і документах / Степко М. Ф., Болюбаш Я. Я., Шинкарук В. Д., та ін. – К. – Тернопіль : Вид-во ТДПУ, 2003. – 52 с.
6. Основні засади розвитку вищої освіти України в контексті Болонського процесу / За ред. Кременя В. Г. – К. – Тернопіль: Вид-во ТДПУ, 2003. – 147 с.
7. Основні засади розвитку вищої освіти України / Шинкарук В. Д., Болюбаш Я. Я., Бабин І. І. ; За ред. І. О. Вакарчука. – К. : Вид-во НПУ ім. М. П. Драгоманова, 2008. – Ч. 4. – 173 с.

### References

1. Hapon V. V. Stvorennia informatsiinoho seredovyscha z metoiu monitorynhu pidhotovky inozemnykh studentiv u vyshchyykh navchalnykh zakladakh Ukrainy / V. V. Hapon, L. V. Popkova, L. L. Chymbai // Visnyk Khmelnytskoho natsionalnoho universytetu. – Khmelnytskyi: KhNU, 2010. – #6, T.1. – S. 259–264.
2. Hurzhii A. M. Otiniuvannia diialnosti vitchyznianoї vyshchoї osvity yak upravlinvska ta pedahohichna problema / A. M. Hurzhii, V. V. Hapon // Suchasni informatsiini tekhnolohii ta innovatsiini metodyky navchannia v pidhotovtsi fakhivtsiv: metodolohiia, teoriia, dosvid, problemy: Zb. nauk. pr. – Kyiv-Vynnytsia: DOV Vinnytsia, 2004. – Vyp. 5.– С. 3-8.
3. Zhuravskiy V. S. Bolonskyi protses: holovni pryntsyipy vkhodzhennia v Yevropeyskyi prostir vyshchoї osvity. – K. : Vyd-vo "Politekhnikha", 2003. – 200 s.
4. Kremen V. H. Osvita i nauka v Ukraini – innovatsiini aspekty: Stratehiia. Realizatsiia. Rezultaty. – K. : Hramota, 2005. – 448 s.
5. Bolonskyi protses u faktakh i dokumentakh / Uporiadnyky: Stepko M. F., Boliubash Ya. Ya., Shynkaruk V. D., Hrubinko V. V., Babyn I. I. – Kyiv – Ternopil: Vyd-vo TDPU, 2003. – 52 s.
6. Osnovni zasady rozvytku vyshchoї osvity Ukrainy v konteksti Bolonskoho protsesu / Za red. Kremeniya V. H. – Kyiv – Ternopil: Vyd-vo TDPU, 2003. – 147 s.

Надійшла 15.09.2013; рецензент: д. е. н. Нижник В. М.

УДК 339.944

М. І. ДЗЮБА

Хмельницький національний університет

## ВДОСКОНАЛЕННЯ СИСТЕМИ СТИМУЛЮВАННЯ ІМПОРТУ

*Запропоновано важелі стимулювання імпорту стратегічних товарів шляхом зниження ставки податку на додану вартість (ПДВ) залежно від насиченості ринку цими товарами.*

*Ключові слова: критичний імпорт, стратегічний імпорт, насиченість ринку, зовнішньоекономічна діяльність.*

M. DZIUBA

Khmelnytskyi National University

## IMPROVEMENT SYSTEM OF STIMULATION IMPORT

*In the article proposed levers of stimulation import of strategic goods by reducing the rate of value added tax (VAT), depending on the saturation of the market by these products.*

*Keywords: critical imports, strategic imports, market saturation, foreign economic activity.*

**Вступ.** Зовнішньоекономічна діяльність є невід'ємною частиною економіки будь-якої країни. Традиційно пріоритетним напрямом зовнішньоекономічної діяльності вважають експорт, оскільки він забезпечує надходження іноземної валюти в країну. Водночас, останнім часом простежується розширення впливу на економіку України імпортних операцій як складника зовнішньоекономічної діяльності.

**Аналіз останніх досліджень.** Вагомий внесок у розробку питань стимулювання зовнішньоекономічної діяльності зробили І. Балабанов, І. Бураковський, В. Вергун, А. Кредісов, Л. Красавіна, Д. Лук'яненко, В. Новицький, Ю. Осіпов, В. Сіденко.

Різні аспекти з проблем формування системи регулювання ЗЕД розглядаються у роботах сучасних вітчизняних науковців: А. Гальчинського, О. Гребельника, З. Луцишин, Ю. Макогона, Є. Савельєва, А. Сищука, А. Філіпенка, Д. Штефанича та ін.

Однак слід зазначити, у вітчизняній фінансово-економічній літературі все ж бракує ґрунтовних наукових комплексних досліджень саме щодо імпортової діяльності країни, яка частіше розглядається з точки зору обмеження, ніж стимулювання.

Метою статті є аналіз важелів стимулювання імпортової діяльності для забезпечення країни стратегічними товарами.

**Результати дослідження.** Стимулювання імпорту повинно здійснюватися у відповідності з національними інтересами України, та ефективна організація стимулювання імпорту повинна ґрунтуватися на певних принципах. Вони визначають доцільність і напрями цього стимулювання.

Основними такими принципами є: забезпечення зростання внутрішнього виробництва в країні, у першу чергу, завдяки стимулюванню ввезення критичного імпорту та засобів виробництва; відповідність економічним інтересам України та критеріям зовнішньоекономічної безпеки; спрямованість на розвиток експортоорієнтованих виробництв; дотримання принципу економічної доцільності при виборі товарів, що підлягають стимулюванню: вони повинні бути новими для ринку країни, і такими, які зовсім не виготовляються вітчизняними підприємствами або в недостатній кількості; врахування рівня насиченості ринку товаром за рахунок національних виробників.

Відповідно до визначених принципів стимулювання імпорту доцільно здійснювати в таких напрямках:

- визначення переліку груп товарів, які треба імпортувати в першу чергу;
- вибір застосовуваних податкових стимулів.

Необхідно досить ретельно підходити до вибору імпортованих товарів, які підлягають стимулюванню.

На наш погляд слід стимулювати імпорт лише стратегічних товарів. До них можна віднести:

- критичний імпорт – найважливіша група стратегічного імпорту, яка включає товари необхідні для збалансованого функціонування економіки, і нестача яких може привести країну до економічної кризи. Для України це відсутні або наявні в недостатній кількості матеріало-сировинні і паливно-сировинні ресурси на внутрішньому ринку, а також ресурси та засоби, необхідні для експортного виробництва: сира нафта, каучук, природний газ та ін.

- інвестиційний імпорт включає високотехнологічні товари, деякі види машин, обладнання, механізми, ряд транспортних засобів та комплектуючих до них, наприклад, запасні частини до



зернозбиральних комбайнів, та ін., виробництво яких є обмеженим чи взагалі відсутнім;

– соціально значимий імпорт – це життєво необхідні товари, від яких напряму залежить благополуччя населення: наприклад, деякі продукти харчування, медикаменти, медичні прилади та устаткування, вакцини для людей та ветеринарні вакцини та ін., виробництво яких є обмеженим чи взагалі відсутнім;

– імпорт для забезпечення експортного виробництва: товари, яким немає аналогів в країні або які виготовляються в недостатній кількості, необхідні для збільшення експортного потенціалу країни [3].

На даний момент необхідним є вироблення чіткого механізму визначення товарів, які можна віднести до стратегічного імпорту. Ми пропонуємо наступну його класифікацію, надану в табл. 1.

Таблиця 1

## Класифікація товарів стратегічного імпорту та важелі для їх стимулювання

| Група товарів стратегічного імпорту             | Код товару згідно з ТН ЗЕД   | Опис товару  | Важелі стимулювання імпорту  |
|---|--|--|--|
| Критичний імпорт                                | 2709 00900   | Нафта сира   | Зменшення ставки ПДВ залежно від насиченості внутрішнього ринку товару   |
|   | 2711 21000   | Газ природний  |  |
|   | 2712 90390   | Вазелін, парафін, озокерит, воск лігнітний чи торф'яний                                    |  |
|   | 3811 21000   | Присадки до масел із вмістом нафти або нафтопродуктів, отриманих із бітумінозних мінералів |  |
|   | 4001 22000   | Каучук натуральний, технічно спеціалізований (TCNR)  |  |
|   | 4002 19000   | Каучук бутадієн-стирольний (SBR)   |  |
|   | 4002 20000   | Каучук бутадієновий (BR)   |  |
|   | 4703 21000   | Целюлоза деревна, натронна або сульфатна   |  |
|   | 7102 31000   | Алмази непромислові  |  |
|   | 8401 40900   | Частини ядерних реакторів  |  |
| 8405 10000                                      | Газогенератори чи парогенератори з очисними установками та без них | Зменшення ставки ПДВ залежно від насиченості внутрішнього ринку товару                     |  |
| Інвестиційний імпорт                            | 8421 21900   |  | Обладнання для фільтрування або очищення рідин і газів   |
|   | 8433 90000   |  | Запасні частини до зернозбиральних комбайнів   |
|   | 8479 89800   |  | Машини та механічні пристрої спеціального призначення  |
|   | 8607 99900   |  | Запасні частини до рухомого складу   |
|   | Високотехнологічні товари – імпорт технологій                      |  |  |
| Соціально-значимий імпорт                       | 3002 20000   | Вакцини для людей  | Зменшення ставки ПДВ залежно від насиченості внутрішнього ринку товару   |
|   | 3002 39000   | Вакцини ветеринарні  |  |
|   |  | Перелік медикаментів, визначених Кабінетом міністрів                                       |  |
| Імпорт для забезпечення експортного виробництва |  | Засоби виробництва, які використовуватимуться для виготовлення експортної продукції        | Зменшення ставки ПДВ залежно від насиченості внутрішнього ринку товару.<br><br>Звільнення від сплати ввізного мита |
|   |  | Деталі та комплектуючі для виробництва експортної продукції                                |  |

Як видно із табл. 1, основними важелями є зменшення ставки ПДВ в залежності від насиченості внутрішнього ринку товару. Щоб подати цю залежність, перш за все потрібно визначити рівень насиченості внутрішнього ринку даним товаром. Пропонуємо такий розрахунок:

$$N_i = \frac{P_i}{D_i} * 100, \quad (1)$$

де  $N_i$  – насиченість ринку певного товару у відсотках,  $P_i$  – пропозиція  $i$ -го товару вітчизняними виробниками на внутрішньому ринку,  $D_i$  – величина місткості внутрішнього ринку  $i$ -го товару.

Дане рівняння можна розглядати за трьох умов:

– коли  $P_i = D_i$ , тобто попит і пропозиція на товар зрівноважені, немає необхідності стимулювати його імпорт;  
 – якщо  $P_i > D_i$ , то виникає надлишок товару на ринку і його необхідно експортувати;  
 – якщо  $P_i < D_i$ , то існує дефіцит товару на ринку і потрібно стимулювати його імпорт.  
 Отже, необхідність в стимулюванні імпорту виникає за третьої умови.  
 Стимулювання імпорту, як вже зазначалося, здійснюється за рахунок зменшення ставки ПДВ та мита. Практична реалізація зменшення ПДВ може бути різною (рис. 1).

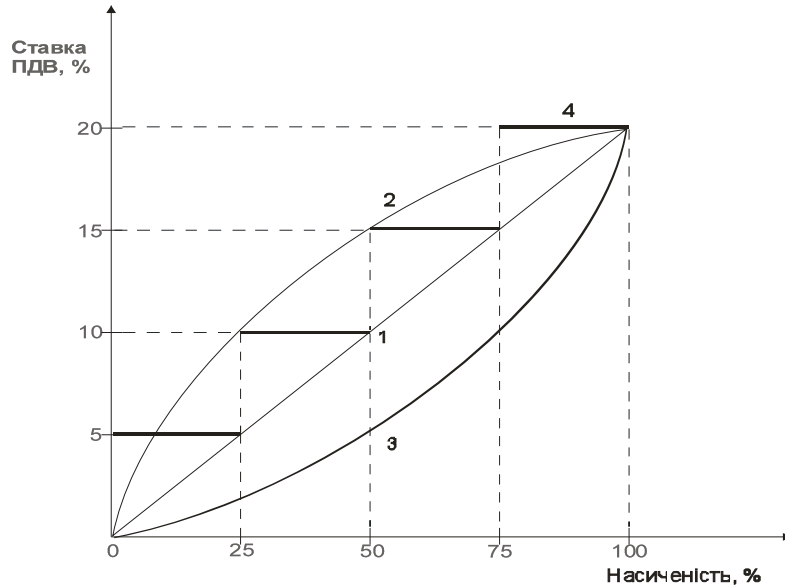


Рис. 1. Можливі варіанти залежності ставки ПДВ від насиченості вітчизняного ринку товарами стратегічного імпорту

Як видно із рис. 1, можливі декілька варіантів залежності ставки ПДВ від насиченості ринку. Перший варіант – лінійна залежність, відображена формулою  $y = 0,2x$ . Тобто, коли товар є новим для ринку і взагалі не випускається, пропонується повне звільнення від сплати ПДВ, при насиченості ринку в 25% ставка ПДВ складатиме 5%, при 50% насиченості – 10%, при 75% – 15%, а при повному насиченні ринку – 20%. Другий варіант – квадратична залежність  $y = 0,273 + 0,415x - 0,0021822x^2$  має менший стимулюючий вплив, оскільки при однакових показниках насиченості ринку, ставки ПДВ є вищими, ніж при застосуванні першого варіанту. Третій варіант залежності, поданої за допомогою формули  $y = -0,273 - 0,015x + 0,0022x^2$ , найбільш стимулюючий, оскільки більшому рівню насиченості ринку відповідає нижча ставка ПДВ ніж у двох попередніх варіантах, і при цьому зростання відбувається за прогресивною шкалою.

Вибір для застосування цих можливих варіантів залежить не лише від насиченості ринку, але й від стратегічного значення товару. Для особливо значимих товарів зниження ставок ПДВ має здійснюватися більш прогресивно.

Зважаючи сьогоденні економічні реалії в Україні вважаємо, що другий і третій варіанти буде важко використовувати у практичній діяльності. Тому доцільно використовувати пряму лінійну залежність, тобто перший варіант, але частково модифікований, з огляду на практичну доцільність (рис. 1, ламана 4).

Отже, залежність ставки ПДВ від насиченості ринку подамо у вигляді таблиці 2:

Таблиця 2

| Визначення ставки ПДВ на товари стратегічного імпорту |  |
|---|--|
| Насиченість ринку товаром стратегічного імпорту, %    | Ставка ПДВ на товар стратегічного імпорту, % |
| 0   | 0  |
| 1–25  | 5  |
| 26–50   | 10   |
| 51–75   | 15   |
| 76–100  | 20   |

Важливою складовою стратегічного імпорту є інвестиційний, оскільки в його склад входять високотехнологічні товари, при стимулюванні ввезення яких потрібно зважати на ряд аспектів. Останнім

часом в Україну нерідко імпортують морально застарілі засоби та системи інформатизації. Тому для захисту економічних інтересів України необхідно:

1) прискорити прийняття і введення в дію Закону "Про здійснення контролю на ринку товарів, робіт та послуг", що сприятиме зниженню ймовірності надходження в країну технологій, які не відповідають державним інтересам, що є застарілими або дублюють вітчизняні розробки, передбачають використання тільки закордонних матеріалів та обслуговування;

2) розробити і прийняти Закон "Про імпорт технологій та іноземні технологічні інвестиції", який визначав би порядок адміністративного контролю за укладанням і умовами договорів про імпорт технологій та іноземні технологічні інвестиції; здійснення моніторингу реалізації схвалених угод та їх валютної окупності; порядок стимулювання імпорту технологій та іноземного технологічного інвестування в пріоритетні галузі економіки.

Загалом, вся система стимулювання імпорту повинна забезпечувати належне функціонування економіки країни, зростання внутрішнього виробництва та експорту товарів.

**Висновки.** Таким чином, стимулювання імпорту є важливим елементом стимулювання ЗЕД, необхідним як для насичення внутрішнього ринку країни певним товаром, так і для збалансування попиту і пропозиції на цей товар, і для цінової стабілізації.

### Література

1. Жук В.М. Моделювання показників експортно-імпортової діяльності суб'єктів української економіки НаУКМА. Наукова конференція [Електронний ресурс]. – Режим доступу [http://www.confcontact.com/2008dec/9\\_zhuk.htm](http://www.confcontact.com/2008dec/9_zhuk.htm).

2. Макогон Ю.В. Внешнеэкономические связи Украины в условиях мирового кризиса / Ю.В. Макогон, М.В. Корж // ВісникДонбаської державної машинобудівної академії : зб. наук. пр. – 2009. – № 3 (17). – 334 с.

3. Кредісова А.І. Управління зовнішньоекономічною діяльністю / Кредісова А.І. – К. : ВІРА-Р, 2002. – 376 с.

4. Голиков А.П. Экономико-математическое моделирование международных экономических отношений / А.П. Голиков. – Х. : ХНУ, 2003. – 104 с.

5. Богомазова В.М. Методи прогнозування показників зовнішньоекономічної діяльності : дис. канд. екон. наук : 08.02.03 / В.М. Богомазова. – К., 2003. – 212 с.

### References

1. Zhuk V.M. Modeliuvannya pokaznykiv eksportno-importnoi diialnosti subiektiv ukrainskoi ekonomiky NaUKMA. Naukova konferentsiia. – [Tsyt. 2009, zhovten]. [Elektronnyi resurs]. – Dostupnyi z [http://www.confcontact.com/2008dec/9\\_zhuk.htm](http://www.confcontact.com/2008dec/9_zhuk.htm).

2. Makohon Yu.V. Vneshneekonomycheskye svyazy Ukrainy v uslovyakh myrovoho kryzysa / Yu.V. Makohon, M.V. Korzh // VisnykDonbaskoi derzhavnoi mashynobudivnoi akademii : zb. nauk. pr. – 2009. – # 3 (17). – 334 s.

3. Kredisova A.I. Upravlinnia zovnishnoekonomichnoiu diialnistiu / A.I. Kredisova. – K.: VIRA-R, 2002. — 376 s.

4. Holykov, A.P. Ekonomyko-matematycheskoe modelyrovanye mezhdunarodnykh ekonomycheskykh otnoshenyi [Tekst] / A.P. Holykov. – Kh.: KhNU, 2003. – 104s.

5. Bohomazova V.M. Metody prohnozuvannya pokaznykiv zovnishnoekonomichnoi diialnosti: dys. kand. ekon. nauk : 08.02.03 / V.M. Bohomazova. — K., 2003. — 212 s.

Надійшла 18.09.2013; рецензент: д. е. н. Нижник В. М.

## ДОСЛІДЖЕННЯ ТЕОРЕТИЧНИХ АСПЕКТІВ СТРАТЕГІЙ УПРАВЛІННЯ ФІНАНСОВИМИ РЕСУРСАМИ ПІДПРИЄМСТВ

*Розглянуто сутність та особливості управління фінансовими ресурсами вітчизняних підприємств, відображено стратегії управління підприємством, представлено систему управління фінансовими ресурсами та запропоновано шляхи її удосконалення.*

*Ключові слова: управлінська діяльність, фінансові ресурси, управління фінансовими ресурсами, стратегічне управління.*

O. KYDIRKO, G. DATSENKO  
Vinnytsia Trade and Economic Institute KNTEU

## RESEARCH OF THEORETICAL ASPECTS OF STRATEGIES OF MANAGEMENT OF ENTERPRISES FINANCIAL RESOURCES

*The lack of financial resources causes an origin, forming and increase of debts before partners, investors, workers, by financial institutes, that negatively influences on an image, functioning and possibilities of expansion of further economic horizon of enterprises, as here volumes grow short and the terms of their financing become complicated. A research aim is the economic raising of separate theoretical aspects of strategic management of enterprise financial resources as a difficult system. The essence and characteristics of financial management of domestic enterprises, reflected strategy management, presented the system of financial management and the ways of its improvement.*

*Keywords: administrative activity, financial resources, management, strategic management, financial resources.*

**Вступ.** На сьогоднішній день необхідною складовою успішної фінансової діяльності підприємства є формування, акумуляція, використання, рух та спрямування фінансових ресурсів. З розвитком ринкових відносин, значущість перерахованих процесів значно підвищилась, адже процес виробництва зупиняється тоді, коли відсутні фінансові джерела формування фінансових ресурсів підприємства.

Нестача фінансових ресурсів спричиняє виникнення, формування та зростання заборгованостей перед партнерами, інвесторами, працівниками, фінансовими інституціями, що негативно впливає на імідж, функціонування та можливості розширення подальшого економічного горизонту підприємств, оскільки при цьому скорочуються обсяги та ускладнюються умови їх фінансування.

Управління фінансовими ресурсами підприємства розглядається як один із головних чинників підвищення ефективності будь-якої виробничо-господарської діяльності. Від цього залежить функціонування та розвиток підприємства, а також його конкурентоспроможність на ринку.

**Постановка завдання.** Аналіз різних досліджень та публікацій з даної проблеми показав, що суттєві пропозиції методичного та практичного характеру з проблеми управління фінансовими ресурсами промислових підприємств внесли такі відомі вчені, дослідники, як І.А. Бланк, Ван Хорн, Н.Н. Треньов, Т.В. Безбородова, Ю.О. Вінц, А.А. Горбань. Однак в умовах трансформації промислових підприємств безліч аспектів даної проблеми вимагають подальших поглиблених досліджень з метою пошуку шляхів оптимального управління фінансовими ресурсами.

За сучасних економічних умов, найбільш правильним є трактування управління фінансовими ресурсами підприємства як процесу управлінських дій у сфері формування та використання грошових коштів фондового та не фондового характеру [1, с. 156–160].

Метою дослідження є економічна постановка окремих теоретичних аспектів стратегічного управління фінансовими ресурсами підприємства як складної системи.

Для досягнення поставленої мети, спираючись на проведені раніше дослідження у сфері управління фінансовими ресурсами підприємства, необхідно обґрунтувати його значущість та проблеми розвитку в Україні.

**Результати дослідження.** Передусім, слід з'ясувати що собою являє управлінська діяльність та фінансові ресурси. На самперед, управлінська діяльність – один з найважливіших факторів функціонування і розвитку підприємств в умовах ринкової економіки. Вона постійно вдосконалюється у відповідності з об'єктивними вимогами виробництва та реалізації, ускладненням господарських зв'язків, підвищенням ролі споживача у формуванні техніко-економічних та інших параметрів продукції.

В українській економічній думці на сьогодні існує дуже багато визначень фінансових ресурсів підприємства. Така неоднозначність відображає, по-перше, відірваність вітчизняної економічної науки від тих процесів, перетворень і явищ, які нині відбуваються в українській економіці; по-друге, про певне нерозуміння функціонування ринкової економіки та її законів, які поступово, але неухильно приходять на зміну командно-адміністративній системі, або принаймні про невдалу спробу поєднати закономірності цих двох систем.

Фінанси підприємств – це сукупність економічних відносин, які формуються в процесі створення і розподілу ВВП, і спрямовані на формування грошових фондів, які використовуються для забезпечення діяльності підприємства.

Формування і раціональне використання фінансових ресурсів здійснюється в процесі фінансової діяльності підприємства, в результаті якої постійно відбуваються зміни в розмірі і структурі засобів, що залучаються з внутрішніх і зовнішніх джерел.

Управління фінансовими ресурсами підприємств є одним з ключових чинників організації виробничо-господарської діяльності підприємства, одним з найважливіших факторів забезпечення ефективної фінансово-господарської діяльності підприємства в сучасних умовах, діяльність, що спрямована на оптимізацію фінансового механізму підприємства, координування фінансових операцій, забезпечення їх впорядкування та точного «балансування» [2, с. 145–151].

За своєю сутністю управління фінансовими ресурсами підприємств передбачає прийняття управлінських рішень в умовах швидкої зміни зовнішнього середовища. У зв'язку із цим наука управління фінансовими ресурсами повинна дозволити вдосконалити процес навчання шляхом розробки методів прийняття управлінських рішень в умовах існування зовнішніх збурень.

Управління фінансовими ресурсами підприємств включає виявлення та формулювання проблеми чи задачі управління фінансовими ресурсами підприємств, що повинна бути вирішена на базі використання минулого досвіду та наявних даних, прийняття управлінського рішення щодо використання фінансових ресурсів та його реалізація, аналіз результатів прийнятого рішення з погляду можливих способів його модифікації чи зміни, а також врахування його результатів в процесі нагромадження досвіду, який може бути використаний в майбутньому.

Раціональний процес управління фінансовими ресурсами підприємства включає наступні етапи:

1. Виявлення та формулювання проблеми й завдання управління фінансовими ресурсами, що повинні бути вирішені на базі попередньо здобутого досвіду та наявних даних.

2. Прийняття управлінського рішення щодо використання фінансових ресурсів та його реалізація.

3. Аналіз результатів прийнятого рішення з погляду можливих способів його модифікації чи зміни, а також врахування його результатів в процесі нагромадження досвіду, який може бути використаний в майбутньому [3, с. 156–162].

Система управління фінансовими ресурсами складається з таких основних етапів:

- визначення проблеми;
- звернення до досвіду менеджерів з приводу управління фінансовими ресурсами;
- визначення альтернативних рішень;
- прийняття управлінського рішення;
- його реалізація;
- оцінка результатів реалізації рішень.

Управління фінансовими ресурсами є циклічним процесом і тому потребує постійного вдосконалення для покращення результатів.

На першому етапі системи управління фінансовими ресурсами менеджерами підприємства визначаються проблеми та нереалізовані можливості, які здійснюються на основі оцінки попередніх рішень.

На другому етапі менеджери аналізують виникнення подібних проблем та використовують здобутий досвід в теперішніх можливостях.

На третьому етапі головним є дослідження та розгляд різних можливих варіантів, вибір одного який забезпечить максимальний ефект.

Четвертий та п'ятий етапи щільно між собою взаємодіють. На четвертому етапі менеджер повинен проаналізувати можливі наслідки альтернативних рішень, варіантів та обрати такий, який найбільше відповідає цілям підприємства.

На п'ятому етапі здійснюється реалізація прийнятих рішень, найкращим механізмом якого є ретельне планування дій, навчання персоналу.

На шостому етапі здійснюється оцінка результатів реалізації рішення. Цей процес передбачає опитування працівників, процес перевірок, контроль за виконанням поставлених завдань, оцінка задоволення співробітників, покупців, постачальників. Оцінка результатів реалізації рішення є безперервним процесом [4, с. 146].

Основним напрямком управління фінансовими ресурсами підприємства є оптимізація використання ресурсів підприємства. Оптимальний варіант формування та використання фінансових ресурсів базується на застосуванні системно-аналітичного підходу до управління фінансами. В основі цього підходу лежить доцільність управлінського рішення, яке визначається ситуацією, що формується під впливом факторів внутрішнього та зовнішнього середовища.

На рівні підприємства управління фінансовими ресурсами повинне розглядатися як адаптивний механізм з допомогою якого воно постійно перебудовується в процесі пошуку найбільш ефективних зв'язків з навколишнім економічним середовищем.

Стратегічне управління – це реалізація концепції, в якій поєднуються цільовий, системний, ситуаційний та інтегральний підходи до діяльності підприємства, що дає змогу встановлювати цілі розвитку,

порівнювати їх з наявними можливостями (потенціалом) підприємства та приводити їх у відповідність за рахунок розробки та реалізації системи стратегій («стратегічного набору»).

На стратегічному рівні пріоритетом управління виступає забезпечення необхідним обсягом фінансових ресурсів найбільш вагомим заходам та операціям, результатами яких можуть бути суттєві зміни фінансового стану підприємства, зміни структури та величини господарських засобів та джерел їх утворення.

При залученні фінансових ресурсів використовуються такі типи стратегій, які можуть мати внутрішню і зовнішню орієнтацію:

1. Використання власних коштів для розширення своєї ринкової ніші. Така стратегія використовується великими та вузькоспеціалізованими фірмами які працюють на нестійких ринках. Стратегія в цілому є малоприбутковою.

2. Об'єднання фінансових ресурсів середніх та великих фірм для реалізації проектів захоплення нових ринків.

3. Використання всіх доступних джерел фінансування (позики, випуск акцій, створення консорціумів тощо) для формування та реалізації перспективних інноваційних програм малих та середніх підприємств наукоємних галузей. Стратегія є досить ризикованою, але високоприбутковою.

4. Залучення донорських коштів великих фірм-споживачів продукції в рамках вертикальної інтеграції з ними.

5. Перехресне фінансування (підрозділи, які генерують фінансові кошти, діляться з тими, у кого їх не вистачає).

Стратегія фінансування визначає:

1) оптимальне співвідношення внутрішніх і зовнішніх джерел залучення фінансових коштів;

2) ціну, яку фірма може заплатити за них;

3) способи розподілу та перерозподілу фінансових ресурсів між підрозділами [5, с. 21–23].

Усе вище зазначене дає підстави стверджувати, що формування, управління та регулювання фінансовими ресурсами – складна справа, яка потребує від усіх служб та керівників підприємств здійснення складних і трудомістких розрахунків, прийняття управлінських рішень щодо здійснення перетворень та оптимізації діяльності підприємства.

В межах стратегічного управління фінансовими ресурсами підприємств керівники визначають стратегічні показники для усього підприємства, міста, регіону та контролюють виконання бюджетів, планів та прогнозів через систему стратегічних звітів, які містять ряд ключових фінансових показників (стандартів чи нормативів). Відносно цих показників вимірюється ефективність роботи підприємства чи адміністрації з досягнення встановлених стратегічних цілей чи забезпечення виконання бюджетів.

Процес безперервного управління фінансовими ресурсами підприємств повинен здійснюватися в рамках відповідної економічної системи, що обумовлює його перебіг та дає можливість досягнути бажані результати.

Кожне підприємство має знати, як «працюють» фінансові ресурси, що перебувають у його розпорядженні, наскільки сумлінно, ефективно виконують покладені на них функції люди, які обіймають посади, пов'язані з прийняттям рішень у сфері фінансової діяльності підприємства.

Від того, за якими принципами формуються грошові фонди підприємства, значною мірою залежить оптимальність режиму їхньої роботи, успіх функціонування в ринковій економіці. У процесі організації своєї діяльності перед підприємством постійно постає необхідність вибору оптимальних варіантів прийняття рішень у сфері фінансів з багатьох альтернативних варіантів, наприклад таких:

- яку частину прибутку, що залишається у розпорядженні підприємства після сплати податків, спрямувати на розвиток виробництва, технічне переоснащення, а яку – на приріст фонду споживання;

- використати кошти на будівництво нового цеху чи придбати акції іншого підприємства?

Кожне з таких рішень має бути обґрунтоване відповідними розрахунками, базуватися на знанні економіки свого підприємства, перспектив його розвитку, вивченні кон'юнктури ринку та врахуванні багатьох інших факторів. Інакше неминучі хибні рішення, що призводять до збитків, зниження ефективності діяльності виробництва. Тому правильне розпорядництво фінансовими ресурсами саме собою є важливим фактором забезпечення ефективності вирішення економічних і соціальних завдань підприємства.

Так, навіть ідеально розпорядившись фінансовими ресурсами, підприємство не гарантоване від збитків, зниження обсягу виробництва в результаті збоїв у виробничому процесі з технологічних причин, унаслідок зниження трудової дисципліни, несприятливих природних явищ та ін.

**Висновок.** На нашу думку, основні цілі раціонального управління фінансовими ресурсами є наступні:

- виживання фірми в умовах конкурентної боротьби;
- запобігання банкрутства і великих фінансових невдач;
- лідерство в боротьбі з конкурентами;
- максимізація ринкової вартості фірми;
- прийнятні темпи зростання економічного потенціалу фірми;

- зростання обсягів виробництва та реалізації;
- максимізація прибутку;
- мінімізація витрат;
- забезпечення рентабельної діяльності і т.д.

Для їх досягнення ми пропонуємо використання ІТ-технологій в процесі прийняття управлінських рішень щодо управління фінансовими ресурсами. Останнім часом на ринках представлено кілька програмних продуктів. Одним з таких програмних продуктів, що отримали найбільше розповсюдження в країнах СНД, є автоматизована система планування і експертизи інвестицій Project Expert. Ця система забезпечує можливість коректного формування грошових потоків за допомогою організації вводу даних у паралельних валютах (операції на внутрішньому ринку в гривнях, на зовнішньому ринку в доларах США) і проведення розрахунків у реальних цінах з урахуванням інфляції й з періодом один місяць.

Пакет Project Expert має наступні можливості:

1. Тривалість проектів до 30 років з дискретністю розрахунків 1 місяць.
2. Вибір двох валют для розрахунків.
3. Ввід всіх даних проводиться на сьогодні в поточних цінах.
4. Формування інфляційної картини проекту з наступною автоматичною корекцією даних.
5. Адаптивний модуль опису податкового оточення.
6. Різні способи урахування відсотків по кредитах.
7. Сітковий графік проекту. Календарний план робіт, діаграми GANTT і PERT.
8. Номенклатура продуктів (послуг) до 100 в одному проекті.
9. Стратегія просування і збуту продукції на зовнішньому і внутрішньому ринках з урахуванням:
  - продажів у кредит;
  - продажів з передплатою;
  - лізингу;
  - затримок платежів;
  - знижок у ціні;
  - кривої життя продукту;
  - запасів готової продукції.
10. Стратегія формування виробничого плану.
11. Стратегія формування і управління капіталом з урахуванням:
  - акціонерного (власного) капіталу;
  - позикового капіталу (кредити і кредитна лінія);
  - розміщення вільних коштів на депозит у банк або альтернативні проекти;
  - виплати дивідендів.
12. Формування звітних документів.

Впровадження такої системи дасть можливість забезпечити працівників сфери управління фінансовими ресурсами оперативною та комплексною інформацією; створити багаторівневий, інтегрований банк даних і забезпечити діалоговий режим спілкування користувача й системи; скоротити час пошуку інформації в системі, а також її обробки і підготовки управлінських рішень; автоматизувати функцію контролю на усіх рівнях управління фінансовими ресурсами.

Удосконалення реорганізації управління фінансовими ресурсами підприємств слід розглядати як один із головних чинників підвищення ефективності будь-якої виробничо-господарської діяльності. Від цього залежить поліпшення позицій підприємства в конкурентній боротьбі, його стабільне функціонування та динамічний розвиток. Головна спрямованість реорганізації управління фінансовими ресурсами підприємств полягає в оптимізації використання ресурсів підприємства. Система управління фінансовими ресурсами підприємства може вважатися досить ефективною лише у тому разі, коли вона дає змогу не лише раціонально використовувати наявні ресурси, а й забезпечувати активний системний пошук можливостей подальшого розвитку підприємства.

Отже, спроможність підприємства досягнути успіху на ринку залежить від ефективності управління його фінансовими ресурсами. Добре організоване управління є необхідною складовою для їх успішної роботи в умовах жорсткої ділової конкуренції.

### Література

1. Управління фінансовими ресурсами промислових підприємств / С.Д. Джерелейко // Сталій розвиток економіки. – 2010. – № 1. – С. 156–160.
2. Хотомлянський О. Л. Теоретичні основи управління фінансовими ресурсами підприємств / О. Л. Хотомлянський // Актуальні проблеми економіки. – 2007. – № 2. – С. 145–151.
3. Управління фінансовими ресурсами промислового підприємства / О.В. Селезньова // Економічний простір. – 2008. – № 15. – С. 156–162.
4. Хотомлянський О. Л. Теоретичні основи управління фінансовими ресурсами підприємств / О. Л. Хотомлянський // Актуальні проблеми економіки. – 2007. – № 2. – С. 145–151.

5. Безбородова Т.В. Удосконалення механізму управління фінансовими ресурсами підприємств / Т.В. Безбородова // Держава та регіони. – 2008. – № 5. – С. 21–23.

References

1. S.D. Dzhereleiko Upravlinnia finansovymy resursamy promyslovykh pidpriemstv. Stalyi rozvytok ekonomiky. – 2010. – Vol. 1. – S. 156–160.
2. Khotomlianskyi O. L. Teoretychni osnovy upravlinnia finansovymy resursamy pidpriemstv. Aktualni problemy ekonomiky. – 2007. – Vol. 2. – S.145–151.
3. O.V. Seleznova Upravlinnia finansovymy resursamy promysloвого pidpriemstva. Ekonomichnyi prostir. – 2008. – Vol. 15. – S. 156–162.
4. Khotomlianskyi O. L. Teoretychni osnovy upravlinnia finansovymy resursamy pidpriemstv. Aktualni problemy ekonomiky. – 2007. – Vol.2. – S.145–151.
5. Bezborodova T.V. Udoskonalennia mekhanizmu upravlinnia finansovymy resursamy pidpriemstv. Derzhava ta rehiony. – 2008. – Vol. 5. – S.21–23.

Надійшла 18.09.2013; рецензент: д. е. н. Денисюк О. М.

УДК 336.66

Л. В. ОЛІЙНИК

Хмельницький національний університет

## УПРАВЛІННЯ АКТИВАМИ ПІДПРИЄМСТВА НА ОСНОВІ КОНВЕРГЕНЦІЇ З ГОСПОДАРСЬКО-ЕКОНОМІЧНОЮ СИСТЕМОЮ

*Обґрунтовано цілі проектування механізму управління активами на основі конвергенції з господарсько-економічною системою. Обґрунтовано структурологічну модель управління активами в системі конвергенції господарської діяльності у економічну інфраструктуру. Запропоновано однойменний механізм управління активами підприємства.*

*Ключові слова: матеріальні активи, фінансові активи, інституційна система, фінансування, конвергенція.*

L. OLIYNYK

Khmelnitsky National University

## MANAGEMENT OF ENTERPRISE'S ASSETS BASED ON THE CONVERGENCE WITH BUSINESS AND ECONOMIC SYSTEM

*The goals of designing the mechanism of assets management based on the convergence with business and economic system are justified. The structural model of assets management in the system of economic activity convergence into the economic infrastructure is proved. The homonymous mechanism of enterprise's assets management is proposed.*

*Keywords: tangible assets, financial assets, institutional system, funding, convergence.*

**Постановка проблеми у загальному вигляді та її зв'язок із важливими науковими та практичними завданнями.** Формування та використання активів промислових підприємств, досягнення необхідного рівня ефективності, уникнення ризиків втрати ліквідності та платоспроможності в умовах світової фінансової кризи, становлять комплекс ключових проблем сучасного розвитку вітчизняних промислових підприємств. З об'єктивних причин адекватна відповідь на сучасні ринкові виклики гіпотетично може бути вироблена в межах управління активами підприємства. Водночас вичерпана ресурсна база, і в першу чергу обмежені фінансово-інвестиційні ресурси вимагають пошуку альтернативних джерел та вироблення альтернативних механізмів формування господарських активів.

Зрештою, останнє визначає утворення нових управлінських підходів в області менеджменту активів на основі зближення з інституційним середовищем економіки – конвергенції у інституційну систему економіки. Як наслідок, актуальним завданням на сучасному етапі функціонування суб'єктів господарювання виступає необхідність вироблення нових альтернативних підходів до управління активами підприємств в умовах волатильності цільових збутових та фінансово-інвестиційних ринків.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** До проблем управління активами підприємств доклали значний внесок ряд представників вітчизняних та зарубіжних наукових шкіл, серед яких варто підкреслити результати досліджень Є. Бріггема, Д. Бланда, А. Гроппеллі, А. Гунзбурга, Е. Долана, І. Зелгавілса, А. Кінга, В. Ковальова, Б. Колласа, Т. Коха, Т. Манесса, Г. Марковіца, Д. Нотона, П. Роуза, В. Базилевича, І. Бланка, М. Білика, М. Внукової, О. Гаманкової, Л. Горбач, О. Заруби, С. Осадець, Т. Ротової, Л. Руденко, А. Поддєрьогіної, М. Василика, Г. Кірейцева, М. Коробова, Л. Лігоненко, Р. Слав'юк та ін. В них визначено принципи, механізми та підходи до управління внутрішніми ресурсами підприємств.

**Невирішені частини проблеми.** Попри значний резерв наукових розробок, проблема взаємодії з ринковими інститутами на етапі їх формування, що характерно для сучасної економіки України,



залишається малодослідженою, поверхнево проаналізованою в межах оцінки міждисциплінарних економічних проблем.

Мета статті – визначити рекомендації до управління активами підприємства на основі конвергенції з господарсько-економічною системою.

**Основний матеріал дослідження.** В комплексі сучасних концепцій до формування економічних механізмів на рівні суб'єктів господарювання варто виділити два підходи: створення модернізованої системи з повним переліком інструментів інтеграції в інституційну систему економіки; модернізації існуючої системи з поступовою заміною неефективних методів управління активами та ресурсами на модернізовані на основі передового досвіду.

На цьому етапі аналізу варто звернутись до ринкової кон'юнктури та рівня розвитку інституційної системи господарювання машинобудівних підприємств, з однієї сторони, а також ефективності їх операційної діяльності – з іншої.

В умовах світової фінансової кризи, вплив якої накладається на негативні наслідки незавершеного процесу деградації господарських відносин нереформованого централізованого командно-адміністративного механізму регулювання економіки, конвергенція в економічну інфраструктуру виступає чи не єдиним напрямком збереження підприємств. І як наслідок, особливістю пропонованого підходу управління ресурсами та активами на основі конвергенції з господарсько-економічною системою є не матеріальні стимули від потенційно додатково отримуваних ефектів, а страх втрат. Тобто, альтернативою до традиційного оцінювання перспективних ефектів у формі приросту прибутків виступає система показників ліквідності та платоспроможності підприємства, ритмічності технологічного процесу, відсутності втрат операційної діяльності тощо [1, с. 56].

Іншою складовою вирішення завдань підприємств з конвергенції в інфраструктуру економіки виступає послідовність модернізації існуючої системи управління ресурсами та активами. Для новостворюваних підприємств цілком логічно формування саме нової системи. Водночас для досліджених машинобудівних підприємств одномоментна заміна системи управління ресурсами та активами на нову небезпечна через можливий збій операційної діяльності. Тому, очевидно, другий підхід – покрокової заміни та утворення нових підсистем з впровадженням інструментів конвергенції в інституційну систему економіки – є більш прийнятним. З іншої сторони, варто зазначити, що за існуючого стану організації управління ресурсами та активами, всі без виключення підсистеми управління активами вимагають заміни, і в кінцевому результаті можна передбачити однаковий результат від реалізації обох сценаріїв – формування модернізованої системи управління активами на основі конвергенції господарської діяльності у економічну інфраструктуру.

Інше ключове питання – послідовність модернізації системи управління активами підприємства. Остання, з точки зору встановлених особливостей мотивування підприємств до виживання та обмеженого інвестиційного потенціалу передбачає впровадження у роботу інструментів конвергенції в міру настання загроз в системі управління активами. Врахування також вимагає необхідність взаємоузгодження функціонування підсистем, оскільки ефект за принципом "вузьких місць" залишатиметься в межах потенціалу не модернізованих підсистем системи управління активами, що використовується спільно з модернізованими. Таким чином, послідовність перебудови підсистем управління активами передбачає також одночасну модернізацію залежних підсистем.

Отже в ході управління активами підприємства в ієрархії критеріїв перше місце займають завдання безперервності виробничого процесу, що на рівні системи управління трактується як формування техніко-технологічних потужностей виробництва, системи логістичного забезпечення сировинно-матеріальними ресурсами, систем збуту тощо; прискорення оборотності, що у категоріях управління розглядається як швидке отримання виручки від дебіторів, зменшення тривалості виробничого циклу та періоду утримання готової продукції на складах, мінімальних страхових виробничих резервів тощо; підтримання ліквідності, яке передбачає утримання балансу між дебіторською та кредиторською заборгованістю та здатність до швидкої конвертації ресурсів та активів у грошові кошти; нарощення рентабельності, яке реалізується за принципом приросту доходності на кожну одиницю інвестованих ресурсів; зниження ризиків, що вимагає підтримання умов господарської діяльності здатних забезпечити уникнення негативного впливу форсмажорних змін ринкової кон'юнктури, а також загроз спроможних призвести до суттєвих, загрозливих та критичних втрат активів; формування інноваційної системи управління активами за принципом конвергенції з господарсько-економічною системою на основі інвестиційно-фінансових, логістично-збутових інструментів та методів організації спільного підприємництва; підготовки та залучення персоналу з досвідом реалізації інструментів управління ресурсами та активами; створення системи моніторингу ринкової кон'юнктури та розвитку інституційної системи економіки; реорганізації структур управління їх перетворення на структури відкритого типу, спільної участі контрагентів у формуванні господарських цілей, планів вирішення операційних, інвестиційно-фінансових, збутових та логістичних завдань [2, с. 160–164].

Відповідно визначених завдань, встановлених мотиваційних особливостей, чинників розвитку ринкової кон'юнктури сучасних підприємств дерево цілей формування механізму набуває вигляду (рис. 1).

Створення цілісної системи управління активами в комплексі запропонованих цілей передбачає

чіткий транспарентний зв'язок між цими цілями та інструментами реалізації програми конвергенції. На цьому етапі можна передбачити, що очікувана транспарентність – явище, яке ґрунтується на категоріях: ефективності – раціональності операційної діяльності для інструментів конвергенції, де основні чинники та передумови формування ефектів визначаються в межах господарського механізму; вірогідності – здатності використати кон'юнктурний потенціал для інструментів конвергенції, де основні чинники та передумови формування ефектів визначаються в межах цільових ринків, інноваційного, фінансового, інвестиційного секторів та галузей.

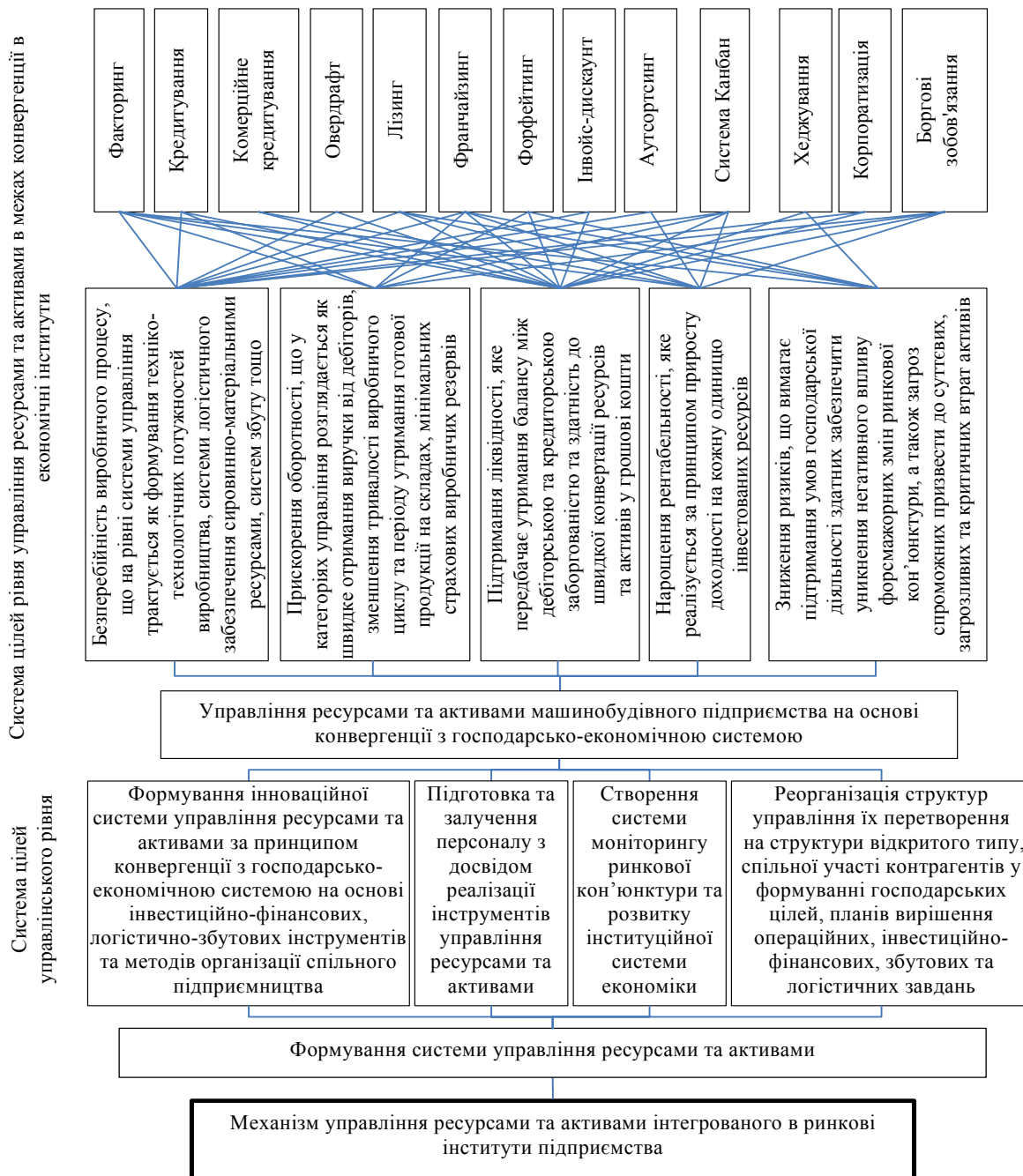


Рис. 1. Дерево цілей проектування механізму управління активами на основі конвергенції з господарсько-економічною системою

Тобто, транспарентність та конвергенція набувають ознак варіативних категорій, ефекти формування яких визначаються як цільовими установками на ефективність управління та вірогідність використання ринкового потенціалу, так і дотриманням економічних законів, закономірностей, принципів управління та конвергенції, інструментів конвергенції та безпосередньо об'єкта дослідження і управління – нагромадження і мобілізації ресурсів і активів на основі конвергенції господарської діяльності у економічну інфраструктуру (рис. 2).

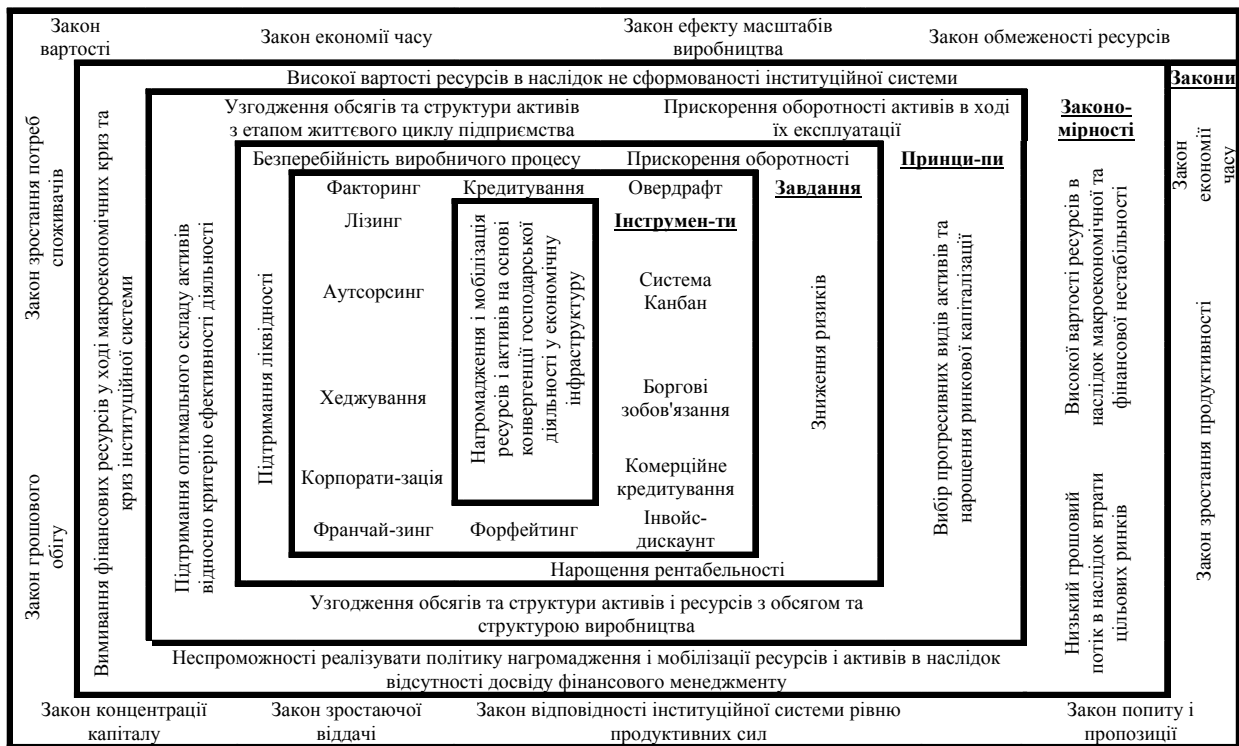


Рис. 2. Структурологічна модель управління активами в системі конвергенції господарської діяльності у економічну інфраструктуру

З об'єктивних причин, лише дотримання економічних законів забезпечить високі результати транспарентності та ефекти у верхній межі ймовірної варіації. До необхідних для дотримання економічних законів слід віднести закони: обмеженості ресурсів, ефекту масштабів виробництва, економії часу, вартості, зростання потреб споживачів, грошового обігу, концентрації капіталу, зростаючої віддачі, відповідності інституційної системи рівню продуктивних сил, попиту і пропозиції, зростання продуктивності [3, с. 162–163].

На відміну від економічних законів, наведені закономірності відображають тенденційний характер розвитку, і гіпотетично з точки зору потенційних ефектів можуть мати двояку інтерпретацію. Зокрема ефекти від управління активами формуються в результаті раціоналізації системи управління ними як за сприятливої ринкової кон'юнктури, так і за негативних економічних трендів. Тому, на відміну від економічних законів, закономірності слід розглядати у процесі формування механізму управління активами на основі конвергенції господарської діяльності в економічну інфраструктуру через діалектичний підхід. Останнє суттєво ускладнює управління активами, вносить в його змістовну частину необхідність формування критеріальної бази прийняття управлінських рішень.

Серед досліджуваної проблеми слід прийняти до уваги: вимивання фінансових ресурсів в ході макроекономічної кризи та зародкового стану розвитку інституційної системи; високу вартість ресурсів, як наслідок не сформованості інституційної системи; високу вартість ресурсів внаслідок макроекономічної та фінансової нестабільності; низький грошовий потік, як наслідок втрати цільових ринків; неспроможність реалізувати політику нагромадження та мобілізації ресурсів і активів внаслідок відсутності досвіду фінансового менеджменту [4, 147–150; 5, с. 105–107].

На протигагу закономірностям формалізованим на основі економічного механізму, політичних процесів та суспільного розвитку, принципи формування механізму управління відображають комплекс підходів до вирішення проблеми забезпечення ресурсами та активами з цільовою установкою на постійне нарощення ефективності, забезпечення операційної діяльності, комерційні ефекти, і визначаються на основі цілей господарської діяльності, де розглядаються в якості інтегрованого відбору напрямів діяльності в межах придатних для використання кон'юнктурних потенціалів.

Серед можливої множини принципів слід орієнтуватись на: вибір прогресивних видів активів та нарощення ринкової капіталізації; узгодження обсягів та структури активів і ресурсів з етапом життєвого циклу підприємства; прискорення оборотності активів і ході їх експлуатації; підтримання оптимального складу активів відносно критеріїв ефективності діяльності; узгодження обсягів та структури активів з обсягом та структурою виробництва.

Цільові установки формування механізму та його функціонування визначаються завданнями, серед

яких безперервність виробничого процесу; прискорення оборотності; зниження ризиків; нарощення рентабельності; підтримання ліквідності.

Необхідність, методи та процес реалізації завдань визначають перелік інструментів, глибину та тривалість їх застосування в системі програм конвергенції в економічну інфраструктуру та інституційну систему ринків. Серед запропонованих інструментів доцільним для застосування нами вважаються: факторинг, кредитування, овердрафт, лізинг, аутсорсинг, хеджування, корпоратизацію, франчайзинг, форфейтинг, систему Канбан, боргові зобов'язання, комерційне кредитування, інвойс-дискаунт.

Кінцевою метою та результатом структурологічної узгодженості законів, закономірностей, принципів, завдань та інструментів слід передбачити створення механізму нагромадження та мобілізації ресурсів і активів на основі конвергенції господарської діяльності у економічну інфраструктуру.

Запропонована структурологічна модель розглядається в якості критеріїв та директив для прийняття управлінських рішень з приводу формування механізму управління ресурсами та активами, його вдосконалення та модернізації, а також функціонального управління. Використані принципи та завдання є типовими для обраної області дослідження, а конвергенція господарської діяльності в економічну інфраструктуру та ринкові інститути розглядається у формі інтегрованої у структурологічну модель надбудову до традиційних підсистем логістики підприємства, фінансового менеджменту, маркетингу, інвестування, закладені через вигоди та виклики відображені в закономірностях та обрані інструменти.

Пропонований механізм управління ресурсами та активами включає шість підсистем, кожна з яких виконує функцію трансформації наявної системи управління у модернізованій на основі конвергенції в економічну інфраструктуру та ринкові інститути механізм, де на першому етапі функціонування передбачено дослідження розвитку цієї інфраструктури та інститутів (рис. 3).

На додаток до дослідження інститутів та інфраструктури, невід'ємною частиною є моніторинг ринкової кон'юнктури, що гіпотетично визначає необхідність змін у роботі механізму чи інструментів конвергенції, як реакції на розвиток економічної системи чи волатильність цільових ринків, фінансового сектора, ресурсних ринків тощо. Слід виділити ключові чинники сучасного стану матеріально-технічного постачання та нагромадження активів підприємств. Найбільший вплив на здатність підприємств нагромаджувати активи здійснювали: структурно-інституційна криза економіки, світова фінансова криза, інституційна недосконалість ринків, дефіцит ресурсів.

Остаточні висновки на практиці мають бути результатом моніторингу ринкової кон'юнктури. Результати аналізу ринкової кон'юнктури разом з ринковими завданнями та господарськими цілями утворюють комплекс стратегічних та поточних завдань і можливостей господарської діяльності, є кінцевою метою етапу і визначає політику підприємства з управління активами.

Перехід до наступного етапу та формування наступної підсистеми вимагає модернізації управління областю дослідження. Досягнення останнього дає можливість модифікувати завдання управління активами в області: формування техніко-технологічної бази виробництва; вдосконалення логістичного забезпечення; вдосконалення системи збуту; формування системи фінансового менеджменту, якій підпорядковані управління ліквідністю через формування балансів дебіторсько-кредиторської заборгованості; розробки інвестиційно-фінансових та логістико-збутових інструментів спільного підприємства; рекрутингу персоналу.

В межах модифікованих завдань та модернізованої системи управління ресурсами підприємство виробляє потенційно придатні для застосування управлінські інструменти, які за змістовним навантаженням та суттю виступають інструментами конвергенції господарської діяльності підприємства у економічну інфраструктуру та ринкові інститути. Найбільш придатними для формування цієї підсистеми управління виступають інструменти: факторингу, кредитування, комерційного кредитування, овердрафту, лізингу, франчайзингу, форфейтингу, інвойс-дискаунту, аутсорсингу, постачання за системою Канбан, хеджування, корпоратизації, боргових зобов'язань.

Висновки та перспективи подальших досліджень. Результатом утворення підсистеми потенційно придатних для застосування інструментів виступає здатність формувати множину потенційних рішень в системі критеріальних оцінок – вартості активу, ризиків, часу. На цьому етапі дослідження варто передбачити, що раціональне застосування інструментів конвергенції забезпечить досягнення господарських функцій, серед яких організація виробництва, матеріально-технічне постачання, розширення присутності на цільових ринках, фінансовий менеджмент.

При цьому ефекти конвергенції досягаються в площині: організація виробництва – формування виробничого потенціалу, забезпечення техніко-технологічного процесу на інноваційній основі; матеріально-технічне постачання – формування системи матеріально-технічного забезпечення в умовах дефіциту на сировинних ринках, і обмеженості фінансових ресурсів; розширення присутності на цільових ринках – експансії на ринки, лідерство у традиційних секторах; фінансовий менеджмент – формування сталих грошових потоків, нарощення ліквідності та платоспроможності.

В свою чергу, ефекти від конвергенції трансформуються у ринкові ефекти для підприємств, зокрема: технологічну конкурентоспроможність на інноваційній основі, розширення номенклатурного ряду продуктів, товарів, робіт та послуг; раціоналізацію системи матеріально-технічного постачання, скорочення

логістичного та виробничого циклів; збільшення частки традиційного та освоєння нових ринків; сталий фінансовий стан, високу ліквідність та платоспроможність за рахунок прискорення обороту активів.

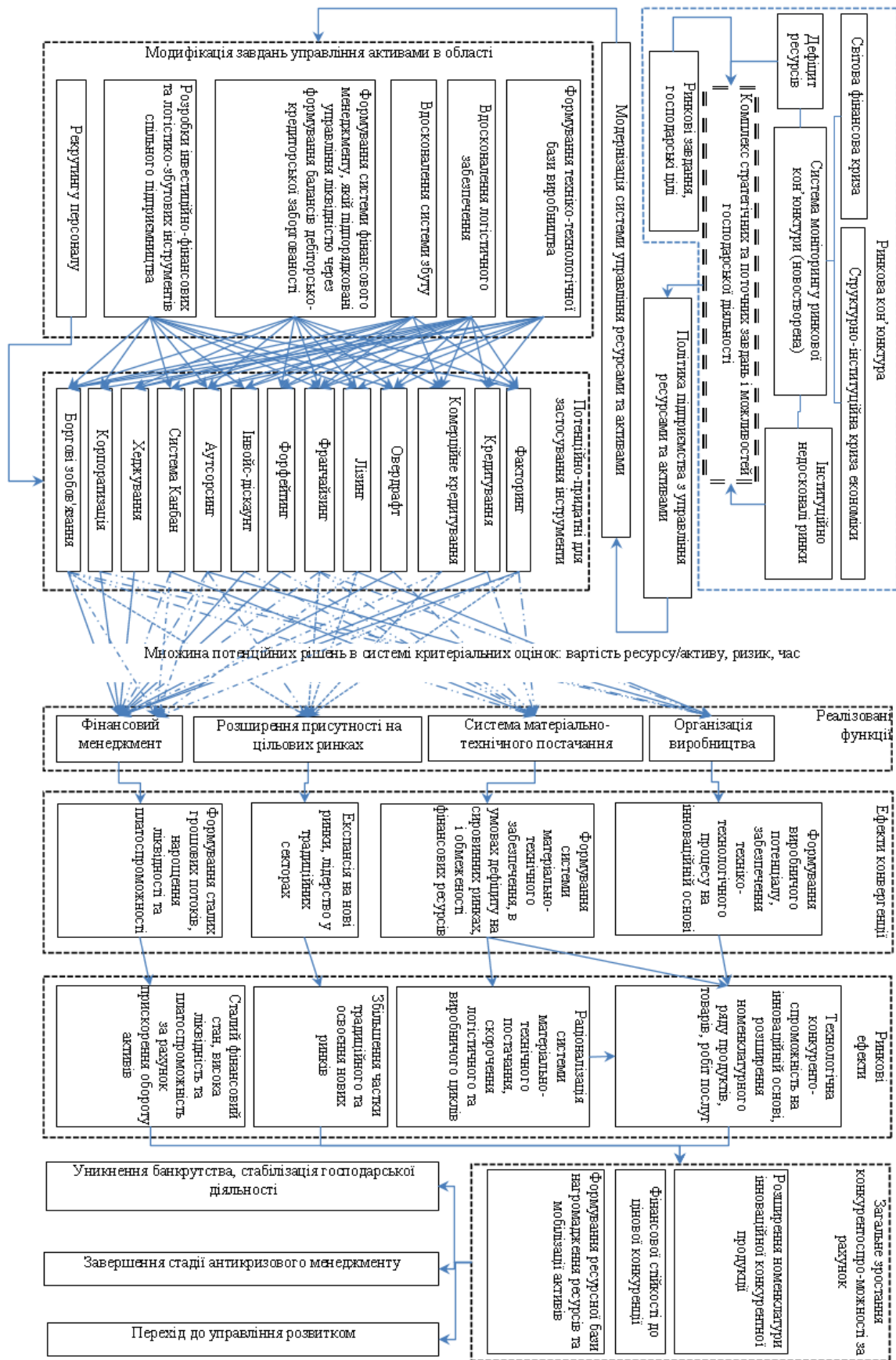


Рис. 3. Механізм управління ресурсами та активами на основі конвергенції в інституційну систему

Інтегральним результатом функціонування механізму управління ресурсами та активами на основі конвергенції в інституційну систему виступає загальне зростання конкурентоспроможності, яке відбувається за рахунок розширення номенклатури інноваційної конкурентної продукції; фінансової стійкості та цінової конкуренції; формування ресурсної бази нагромадження ресурсів та мобілізації активів.

Для сучасних підприємств застосування механізму управління ресурсами та активами на основі конвергенції в інституційну систему забезпечує уникнення банкрутства, стабілізацію господарської діяльності; завершення стадії антикризового менеджменту; перехід до управління розвитком.

Перспективи подальших досліджень слід намітити у розробці практичних рекомендацій впровадження запропонованого підходу та механізму управління активами підприємства на основі конвергенції з господарсько-економічною системою.

### Література

1. Бондаренко О.С. Управління оборотними активами підприємств : дис... канд. екон. наук: 08.04.01 / Бондаренко Олена Сергіївна ; Науково-дослідний фінансовий ін-т при Міністерстві фінансів України. – К., 2006. – 234 с.
2. Чебанова Н.В. Комплексний підхід до системи стратегічного управління активами підприємств залізничного комплексу / Н. В. Чебанова // Українська держ. академія залізничного транспорту. – Х. : УкрДАЗТ, 2009. – 305 с.
3. Соляник Л.Г. Управління оборотними активами та джерелами їх фінансування на промисловому підприємстві : дис... канд. екон. наук: 08.04.01 / Соляник Людмила Григорівна ; Національний гірничий ун-т. – Д., 2006. – 250 с.
4. Сवेशникова М.С. Стратегія управління фінансовою стійкістю підприємства / М.С. Сवेशникова // Фінанси України. – 2003. – № 1 – С. 146–151.
5. Петленко Ю.В. Проблеми забезпечення обіговими коштами виробничих підприємств в умовах економічної кризи / Ю.В. Петленко // Фінанси України. – 1998 р. – № 9 – С. 103–109.

### References

1. Bondarenko O.S. Upravlinnia oborotnyu aktyvamy pidpriemstv [Tekst] : dys... kand. ekon. nauk: 08.04.01 / Bondarenko Olena Serhiiivna ; Naukovo-doslidnyi finansovy in-t pry Ministerstvi finansiv Ukrainy. - K., 2006. - 234 s.
2. Chebanova N.V. Kompleksnyi pidkhid do systemy stratehichnoho upravlinnia aktyvamy pidpriemstv zaliznychnoho kompleksu [Tekst] / N. V. Chebanova ; Ukrainska derzh. akademiia zaliznychnoho transportu. - Kh. : UkrDAZT, 2009. – 305 s.
3. Solianyk L.H. Upravlinnia oborotnyu aktyvamy ta dzherelamy yikh finansuvannia na promyslovomu pidpriemstvi [Tekst] : dys... kand. ekon. nauk: 08.04.01 / Solianyk Liudmyla Hryhorivna ; Natsionalnyi himychnyi un-t. – D., 2006. – 250 s.
4. Svieshnykova M.S. Stratehiia upravlinnia finansovoiu stiikestiu pidpriemstva // Finansy Ukrainy. – 2003. – # 1 – S. 146-151.
5. Petlenko Yu.V. Problemy zabezpechennia obihovymy koshtamy vyrobnychykh pidpriemstv v umovakh ekonomichnoi kryzy // Finansy Ukrainy. – 1998 r. – 9 – S. 103-109.

Надійшла 18.09.2013; рецензент: д. е. н. Нижник В. М.

---

Підп. до друку 26.09.2013. Ум. друк. арк. 25,05. Обл.-вид. арк. 17,34  
Формат 30x42/4, папір офсетний. Друк різнографією.  
Наклад 100, зам. № \_\_\_\_\_

---

Тиражування здійснено з оригінал-макету, виготовленого редакцією журналу “Вісник Хмельницького національного університету”

---

Редакційно-видавничий центр Хмельницького національного університету  
29016, м. Хмельницький, вул. Інститутська, 7/1, тел. (0382) 72-83-63

---