

ISSN 2307-5740

Науковий журнал

ВІСНИК

Хмельницького
національного
університету

Економічні науки

2018, № 3, Том 2

Scientific journal

HERALD

of Khmelnytskyi National University

Economic sciences

2018, Issue 3 Part 2

Хмельницький 2018

ВІСНИК

Хмельницького національного університету

Затверджений як фахове видання

Постановою президії ВАК України від 12.05.2015 № 528

(<http://old.mon.gov.ua/ua/activity/563/perelik-naukovikh-fakhovikh-vidan/6797/>)

Засновано в липні 1997 р.

Виходить 6 разів на рік

Хмельницький, 2018, № 3, Т. 2 (258)

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

Наукова бібліотека України ім. В.І. Вернадського http://nbuv.gov.ua/j-tit/Vchnu_ekon

Журнал включено до наукометричних баз:

Index Copernicus <http://jml2012.indexcopernicus.com/++++i+p4539,3.html>

Google Scholar <http://scholar.google.com.ua/citations?hl=uk&user=nDupjDAAAAAJ>

РИНЦ http://elibrary.ru/title_about.asp?id=37652

Головний редактор Скиба М. Є., д. т. н., професор, заслужений працівник народної освіти України, член-кореспондент Національної академії педагогічних наук України, ректор Хмельницького національного університету

Заступник головного редактора. Войнаренко М. П., д. е. н., професор, заслужений діяч науки і техніки України, член-кореспондент Національної академії наук України,

Голова редакційної колегії серії «Економічні науки» проректор з науково-педагогічної та наукової роботи, перший проректор Хмельницького національного університету

Відповідальний секретар Гуляєва В. О., завідувач відділом інтелектуальної власності і трансферу технологій Хмельницького національного університету

Члени редколегії серії «Економічні науки»

Войнаренко М. П., д. е. н.; Альохін О. Б., д. е. н.; Асаул А. М., д. е. н. (Російська Федерація);
Бондаренко М. І., к. е. н.; Васильківський Д. М., д. е. н.; Ведерніков М. Д., д. е. н.; Вишківська Зофія, д. е. н. (Польща);
Гесць В. М., д. е. н.; Гончар О. І., д. е. н.; Григоруку П. М., д. е. н.; Джалагонія Давід, проф. (Грузія);
Диха М. В., д. е. н.; Дудко В. М., д. е. н. (Російська Федерація); Журба І. Є., д. е. н.; Завгородня Т. П., д. е. н.;
Замазій О. В., д. е. н.; Євдокимов В. В., д. е. н.; Йохна М. А., д. е. н.; Ковальчук С. В., д. е. н.; Кулинич Р. О., д. е. н.;
Лук'янова В. В., д. е. н.; Ляшенко О. М., д. е. н.; Любохинець Л. С., к. е. н.; Матюх С. А., к. е. н.; Мікула Н. А., д. е. н.;
Микитенко В. В., д. е. н.; Мороз О. В., д. е. н.; Нижник В. М., д. е. н.; Олуйко В. М., д. н. держ. упр.; Орлов О. О., д. е. н.;
Рудніченко Є. М., д. е. н.; Савіна Г. Г., д. е. н.; Семікіна М. В., д. е. н.; Скоробогата Л. В., к. е. н.; Стадник В. В., д. е. н.;
Тельнов А. С., д. е. н.; Ткаченко І. С., д. е. н.; Троїцьковські Тадеуш, к. е. н. (Польща); Тюріна Н. М., к. е. н.;
Філіппова С. В., д. е. н.; Хрущ Н. А., д. е. н.; Церуйова Тетяна, д. е. н. (Словакія); Череп А. В., д. е. н.;
Чорна Л. О., д. е. н.

Відповідальний за випуск Орлов О. О., д. е. н., Гончар О. І., д. е. н., Ковальчук С. В., д. е. н.

Технічний редактор Кравчик Ю. В., к. е. н.

Редактор-коректор Броженько В. О.

Рекомендовано до друку рішенням Вченої ради Хмельницького національного університету,
протокол № 14 від 29.05.2018

Адреса редакції: Україна, 29016,
м. Хмельницький, вул. Інститутська, 11,
Хмельницький національний університет
редакція журналу "Вісник Хмельницького національного університету"
☎ (03822) 2-51-08
e-mail: Visnyk.khnu@gmail.com
web: <http://journals.khnu.km.ua/vestnik>
<http://vestnik.ho.com.ua>
http://lib.khnu.km.ua/visnyk_tup.htm

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

© Хмельницький національний університет, 2018
© Редакція журналу "Вісник Хмельницького національного університету", 2018

ЗАГАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ ПЛАНУВАННЯ. ПЛАНУВАННЯ ВИТРАТ

ОРЛОВ О. О. ПРОБЛЕМИ КІЛЬКІСНОГО ВИМІРУ ЕКОНОМІЧНИХ ПРОЦЕСІВ	7
АЛЁХИН А. Б. АЛГОРИТМ АВТОМАТИЧЕСКОЙ КЛАССИФИКАЦИИ КАК ИНСТРУМЕНТ АНАЛИЗА ПОТЕНЦИАЛЬНЫХ ФУНКЦИЙ ПРОМЫШЛЕННОГО ПРЕДПРИЯТИЯ	11
ГАВЛОВСЬКА Н. І., РУДНІЧЕНКО Є. М. ТЕОРЕТИЧНІ КОНЦЕПТИ ПУБЛІЧНОГО УПРАВЛІННЯ ТА ПУБЛІЧНОГО АДМІНІСТРУВАННЯ : СУТНІСТЬ ТА ВІДМІННОСТІ	21
СИТНИК Л. С., СТУПНА Г. О. ТОРГОВЕЛЬНА ПОЛІТИКА ДЕРЖАВИ І ОПТИМІЗАЦІЯ СТРУКТУРИ ВИРОБНИЦТВА ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ	27
ХРИСТІАНОВСЬКИЙ В. В. ЕВОЛЮЦІЙНА МОДЕЛЬ ВЗАЄМОЗВ'ЯЗКУ ІНФОРМАЦІЙНИХ ПОТОКІВ В КОЛЕКТИВІ ПРАЦІВНИКІВ ФІРМИ	30
SAVIN S., LUTSYSHEN V. “LIFE-LONG LEARNING” STEREOTYPE NECESSITY	34
ПОМАЗАН М. В. ВИКОРИСТАННЯ ЗАСОБІВ ЕКОНОМІКО-МАТЕМАТИЧНОГО МОДЕЛЮВАННЯ ДЛЯ ОПТИМІЗАЦІЇ СТРУКТУРИ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ЗЕМЕЛЬ	37
ШПАК С. А. ИНФОРМАЦИОННАЯ НАПОЛНЕННОСТЬ ОЦЕНОК ФАКТОРНЫХ ПОТЕНЦИАЛОВ И ПОТЕНЦИАЛЬНЫХ ФУНКЦИЙ ПРОМЫШЛЕННОГО ПРЕДПРИЯТИЯ	42
ПЛАНУВАННЯ РЕСУРСНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ПІДПРИЄМСТВА	
ЗАЛОЗНОВА Ю. С., ТРУШКІНА Н. В., КОЧЕШКОВА І. М. СИСТЕМНИЙ ПІДХІД ДО УПРАВЛІННЯ РИЗИКАМИ ЛОГІСТИЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ	50
КОЗАЧЕНКО Г. В., ПОГОРЕЛОВ Ю. С., БІЛОУСОВА А. Ю. ФУНКЦІЇ МЕНЕДЖМЕНТУ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА	54
RYASNYKH E., SAVCHENKO O. GOVERNMENT FINANCIAL MANAGEMENT POLICY IN UKRAINE	58
ВАСИЛЬКІВСЬКИЙ Д. М., МАТЮХ С. А. АНАЛІЗ ЕФЕКТИВНОСТІ ВИКОРИСТАННЯ ОСНОВНИХ ЗАСОБІВ ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ	61
ПІХНЯК Т. А., ПІХНЯК О. А. БУХГАЛТЕРСЬКИЙ БАЛАНС ПІДПРИЄМСТВА ТА МЕТОДИЧНІ ЗАСАДИ ЙОГО АНАЛІЗУ	65

ЧЕРЕП О. Г., ПЕТРОВА А. В. МОТИВАЦІЯ ЯК ІНСТРУМЕНТ ПІДВИЩЕННЯ ПРОДУКТИВНОСТІ ПРАЦІ В АГРОПРОМИСЛОВОМУ КОМПЛЕКСІ	69
ШВИДАНЕНКО Г. О., КИРИЛЮК О. В. КАТЕГОРІАЛЬНО-ПОНЯТІЙНИЙ АСПЕКТ АСИМЕТРІЇ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ У КОНТЕКСТІ ТЕХНОЛОГІЧНИХ ЗМІН	73
ЛАШКО С. П., ШЕЛКОВСЬКА І. М., КОЗАРЬ Л. М. ОРГАНІЗАЦІЙНІ МОМЕНТИ РОЗРОБКИ БІЛАНІВСЬКОГО РОДОВИЩА ЗАЛІЗИСТИХ КВАРЦИТІВ	77
КУЗЬМЕНКО О. М., ПЛСТНЬОВ М. В. ФОРМУВАННЯ КОМПЕТЕНЦІЙ ЩОДО ПОШУКУ КОМПРОМІСУ У ВЗАЄМОВІДНОСИНАХ ПІДПРИЄМСТВА З АКТОРАМИ РЕГІОНАЛЬНОГО РОЗВИТКУ: ПОСТАНОВКА ЗАВДАННЯ ТА НАПРЯМИ ВИРІШЕННЯ	80
ЗІНОВСЬКА С. І. ЕКОНОМІЧНА СУТНІСТЬ ПЕРСОНАЛУ НА ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВА ТА ШЛЯХИ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ЙОГО ВИКОРИСТАННЯ	85
УПРАВЛІННЯ РОЗВИТКОМ ПІДПРИЄМСТВА	
АРТАМОНОВ В. В., ВАСИЛЕНКО М. Г., МІХНО П. Б. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ЗАСТОСУВАННЯ ПРОСТОРОВО-ФУНКЦІОНАЛЬНОГО МЕТОДУ ФОРМУВАННЯ СТАЛИХ АГРОЛАНДШАФТІВ	90
ГОНТАРЕВА І. В., ШЕЯНОВА Ю. Д. ЗАСТОСУВАННЯ ОРГАНІЗАЦІЙНИХ ІННОВАЦІЙ ЯК ОСНОВИ ПОБУДОВИ МЕХАНІЗМУ ФОРМУВАННЯ ОРГАНІЗАЦІЙНОГО КАПІТАЛУ СУБ'ЄКТІВ ПІДПРИЄМНИЦТВА	94
ІЛЛЯШЕНКО С. М., ШИПУЛІНА Ю. С., ІЛЛЯШЕНКО Н. С., НАГОРНИЙ Є. І. УПРАВЛІННЯ ЗНАННЯМИ В КОНТЕКСТІ ПІДВИЩЕННЯ РІВНЯ ПОТЕНЦІАЛУ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ОРГАНІЗАЦІЇ	98
КОВАЛЬЧУК С.В., ПРИНЬКО М. С. ВПЛИВ НЕКОМЕРЦІЙНИХ ОРГАНІЗАЦІЙ НА БІЗНЕС-СЕРЕДОВИЩЕ УКРАЇНСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ	104
КРОПИВКО М. М. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ СТРАТЕГІЧНОГО УПРАВЛІННЯ РОЗВИТКОМ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ	113
САБАДИРЬОВА А. Л. ІНТЕГРАЦІЯ НАУКОВИХ ПІДХОДІВ ДО СТРАТЕГІЧНОГО УПРАВЛІННЯ ПОТЕНЦІАЛОМ ПІДПРИЄМСТВА	119
САГАЙДАК М. П., ТЕПЛЮК М. А. АДАПТИВНІСТЬ ВІТЧИЗНЯНИХ ПІДПРИЄМСТВ ДО УМОВ ЧЕТВЕРТОЇ ПРОМИСЛОВОЇ РЕВОЛЮЦІЇ	123
ГОЛИШЕВА Є. О., ГРИЩЕНКО О. Ф., ІЛЛЯШЕНКО Н. С. КЛАСИФІКАЦІЯ СТРАТЕГІЧНИХ НАПРЯМІВ НАУКОВО-ТЕХНОЛОГІЧНОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА	128

КЛЮКА О. М., КОЗАРЬ В. І., ХОХЛОВ О. Г. СТРАТЕГІЧНЕ ПЛАНУВАННЯ ЗЕМЛЕКОРИСТУВАНЬ І ЗЕМЛЕВОЛОДІНЬ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ	132
КОВТУН В. П. КОНЦЕПТУАЛІЗАЦІЯ ПРОБЛЕМАТИКИ КОРПОРАТИВНОЇ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ	136
КУЧЕРОВА Г. Ю., КУЛЬКО-ЛАБИНЦЕВА І. В. НЕЧІТКА МОДЕЛЬ БАГАТОКРИТЕРІАЛЬНОГО ВИБОРУ ІНСТРУМЕНТІВ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ФУНКЦІОНУВАННЯ ОСНОВНИХ ЗАСОБІВ ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ	141
ЛІХОНОСОВА Г. С. КОНЦЕПТУАЛЬНІ ЗАСАДИ РЕГУЛЮВАННЯ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОГО ВІДТОРГНЕННЯ НА ПІДПРИЄМСТВАХ	150
ШВИДКА О. П. ПРАКТИЧНІ АСПЕКТИ ФОРМУВАННЯ КОМПЕТЕНЦІЙ СУЧАСНИХ ПІДПРИЄМСТВ НА ОСНОВІ СТРАТЕГІЧНИХ РЕСУРСІВ	156
ШЕРГІНА Л. А., НОТЕВСЬКИЙ Є. В., ЖЕМБА А. Й. СОЦІАЛЬНЕ ПІДПРИЄМНИЦТВО В КОНТЕКСТІ СТАЛОГО РОЗВИТКУ	160
СНУКНРАІЄВА N. INFRASTRUCTURE PROVISION OF INNOVATION COMMERCIALIZATION: FOREIGN EXPERIENCE	166
ПОПЛАВСЬКА О. В., БАЛАБАНЮК Д. В. ІННОВАЦІЙНО-ТЕХНОЛОГІЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ СТАЛОГО РОЗВИТКУ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ	170
СИЛЕНКО О. М. СЦЕНАРНЕ ПЛАНУВАННЯ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ МЕТАЛУРГІЙНИХ ПІДПРИЄМСТВ	174
СТРУКТУРНІ ЗМІНИ В ЕКОНОМІЦІ. ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНА ДІЯЛЬНІСТЬ	
ГРИЦЕНКО С. І. ФОРМУВАННЯ ПАРАДИГМИ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ В КОНТЕКСТІ ТРАНСПОРТНО-ЛОГІСТИЧНИХ КЛАСТЕРІВ	178
ГУТОРОВ А. О. ІННОВАЦІЙНИЙ ПОТЕНЦІАЛ РОЗВИТКУ АГРАРНОГО СЕКТОРА ЕКОНОМІКИ	183
ВАСИЛЬЦІВ Т. Г., ВОЛОШИН В. В., ШЕХЛОВИЧ А. М. НАПРЯМИ ДЕТІНІЗАЦІЇ ТА НАРОЩУВАННЯ ОБСЯГІВ ТЕХНОЛОГІЧНО-ІННОВАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ ЯК ЗАСІБ ПРОТИДІЇ ГІБРИДНИМ ЗАГРОЗАМ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ	193
ДАНИЛКО І. М. НАПРЯМИ ТА МЕХАНІЗМИ УДОСКОНАЛЕННЯ ОРГАНІЗАЦІЙНО-ЕКОНОМІЧНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ СЕЛЕКЦІЇ ТА НАСІННИЦТВА ЗЕРНОВИХ КУЛЬТУР У НАУКОВО-ДОСЛІДНИХ УСТАНОВАХ УКРАЇНИ	197

КОВАЛЬЧУК С. В., ЗАБУРМЕХА Є. М., ЯРЕМЧУК Т. В. СУЧАСНІ ТРЕНДИ МАРКЕТИНГУ ГОСТИННОСТІ	204
КОРЖ М. В., СУСЛОВА Т. О., ДАНИЛЕНКО Д. О. СИСТЕМНО СИТУАТИВНИЙ ПІДХІД ДО ПРОЦЕСУ МАРКЕТИНГОВОГО ПЛАНУВАННЯ НА ПІДПРИЄМСТВАХ СФЕРИ ПОСЛУГ	210
ЛЕВКІВ Г. Я., СВАТЮК О. Р., МАКОВІЙ В. В. ЗНАЧЕННЯ ТА ВИКОРИСТАННЯ ЕЛЕМЕНТІВ ПРОЕКТНОГО МАРКЕТИНГОВОГО МЕНЕДЖМЕНТУ НА ПРИКЛАДІ ПІДПРИЄМСТВ АПК	214
ДРАЖНИЦЯ С. А. ЦІНА ЕФЕКТИВНОСТІ КОМЕРЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ТОРГОВЕЛЬНОГО ПІДПРИЄМСТВА	220
КОЗЫРЬ-ЧЕПУРНАЯ М. А. ИЕРАРХИЧЕСКОЕ ПЛАНИРОВАНИЕ РЕСТРУКТУРИЗАЦИИ ПРОМЫШЛЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ: ПРОБЛЕМА, КОНЦЕПЦИЯ И МЕТОДИЧЕСКИЕ ПОДХОДЫ К РЕШЕНИЮ	224
КУЖЕЛЬ М. Ю. ПОТРЕБА У АДМІНІСТРУВАННІ ПРОЦЕСУ ЗМІН НА ПІДПРИЄМСТВІ	233
КРУШЕЛЬНИЦЬКИЙ М. В. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ РЕГУЛЮВАННЯ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ В АГРАРНІЙ СФЕРІ	237
ЛЮБОХИНЕЦЬ Л. С., СТОЛЯР Б. М. СТРУКТУРНА ПОЛІТИКА І СТРУКТУРНА ПЕРЕБУДОВА НАЦІОНАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ	244
МЕЛЬНИКОВА О. А. СОЦІАЛЬНІ МЕДІА ЯК АКТИВНИЙ ІНСТРУМЕНТ ІНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГУ В УКРАЇНІ	250
ВАЛЬКОВ О. Б., ЗАБУРМЕХА Л. І. СУЧАСНІ ТРЕНДИ ЕЛЕКТРОННОЇ КОМЕРЦІЇ	254
ЗАХАРОВА О. Л. МОДЕЛІ ОЦІНКИ ЕФЕКТИВНОСТІ ХЕДЖУВАННЯ	257
ЛОЗИЧЕНКО О. М. ДОСЛІДЖЕННЯ ЗОВНІШНІХ ТА ВНУТРІШНІХ ФАКТОРІВ ВПЛИВУ НА ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ІНФОРМАЦІЄЮ В ПРОЦЕСІ УПРАВЛІННЯ ДІЯЛЬНІСТЮ ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ	262
ПАРІЙ О. М. МЕХАНІЗМИ ВИКОРИСТАННЯ ІНФОРМАЦІЙНИХ РЕСУРСІВ ДЛЯ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ УПРАВЛІННЯ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНИМ КАПІТАЛОМ ПІДПРИЄМСТВА	268
ТЕРТИЧНИЙ Я. С. СУТНІСТЬ ТА ПРИРОДА ЕЛЕКТРОННОЇ КОМЕРЦІЇ	277
ЮРКІВСЬКИЙ О. Й., ТРАВІН В. В. НЕПРЯМЕ ОПОДАТКУВАННЯ В ФОРМУВАННІ ІНСТИТУЦІЇ ПОДАТКОВОЇ ДОВІРИ: ПОЛІТЕКОНОМІЧНИЙ АСПЕКТ	285

ЗАГАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ ПЛАНУВАННЯ. ПЛАНУВАННЯ ВИТРАТ

УДК 338.2; 339.138

ОРЛОВ О. О.

Хмельницький національний університет

ПРОБЛЕМИ КІЛЬКІСНОГО ВИМІРУ ЕКОНОМІЧНИХ ПРОЦЕСІВ

У статті розглянуто проблеми кількісного виміру економічних процесів. Ці процеси є достатньо складними і за думками окремих вчених навряд чи можуть бути доступні кількісному виміру, інші вчені вбачають вирішення цієї проблеми у розширенні емпіричних досліджень, які у перспективі приведуть теорію у відповідність до реального життя. Автор статті пов'язує вирішення цієї проблеми з використанням у економічних розрахунках маржинального підходу.

Ключові слова: мікроекономічний аналіз, кількісні виміри, інновації, емпіричні дані, маржинальний прибуток.

ORLOV O.

Khmelnitsky National University

PROBLEMS OF QUANTITATIVE MEASUREMENT OF ECONOMIC PROCESSES

The article deals with problems of quantitative measurement in economic processes. These processes are tangled and according to the views of scientists are not able to be quantitated. Other scientists see the solution of this problem in expanding empirical researches, which will bring theory into the real conditions. The author of the article links the solution of this problem with the economic calculation's based on margin approach using.

Key words: microeconomic analysis, quantitative measurements, innovations, empirical data, marginal profit.

Відомо: для того, щоб керувати будь-яким процесом необхідно мати у розпорядженні інструменти, які б дозволили кількісно виміряти ці зміни і вийти на реальні економічні показники.

Проблема кількісного виміру економічних процесів існувала з давнини, але особливо вона загострилася з появою роботи Й. Шумпетера «Капіталізм, соціалізм і демократія» (1942 р.), де він запропонував переглянути традиційну концепцію конкуренції. За його думкою досконала конкуренція не тільки неможлива, але й абсурдна і не має права бути прийнятою у якості ідеальної ефективності. «Але всупереч підручникам, – стверджує Й. Шумпетер, – у капіталістичній дійсності переважаюче значення має інша конкуренція, заснована на відкритті товару, нової технології, нового джерела сировини, нового типу організації (наприклад, величезних фірм). Ця конкуренція забезпечує рішуче скорочення витрат чи підвищення якості, вона загрожує існуючим фірмам не незначним скороченням прибутків і випуску, а повним банкрутством» [1, с.56].

Шумпетер Й. вважав, що за своїми наслідками така конкуренція відноситься до традиційної як бомбардування до виламування дверей і ця конкуренція справляє вплив не тоді, коли вона вже є, але й тоді, коли вона стає лише потенційною загрозою.

Але багато теоретиків дотримуються протилежної точки зору. Так, Е. Долан і Д. Ліндсей вважали появу гіпотези Й. Шумпетера дещо провокативною і головна проблема полягає у труднощах оцінок інноваційних процесів у реальній дійсності. «Ймовірно самий нейтральний висновок, який можна зробити, розглядаючи інноваційні процеси за Шумпетером, полягає в тому, що вони занадто складні і навряд чи можуть підлягати кількісному аналізу» [1, с.355].

Дійсно, проблема кількісного виміру і оцінки інновацій реально існує, але в той же час, якщо не вирішити проблему кількісного аналізу впровадження інновацій, ми не зможемо оцінити ефективність впровадження інновацій в реальній практиці.

Труднощі вирішення цієї проблеми полягають у тому, що економічні події відносяться до складу особливо складних, коли мова йде про агреговані величини, які ув'язати в єдину модель вочевидь можна тільки у випадку застосування інноваційних підходів до вирішення цієї проблеми.

Проблему кількісного виміру в економічних розрахунках висунув у своїй нобелівській промові Фрідріх Август фон Хайек. Його лекція так і називалась «Претензії знання». За його думкою, кількісні теорії повинні відноситись до добре вимірюваним величинам, чого не можна сказати про величини економічні, і звідси висновок: «Те, що на поверхні має вигляд як найбільш науковий висновок, часто виявляється ненауковим і, більше за все, у цих сферах є межі можливих сподівань від науки. Це означає, що повна довіра до науки, або навмисне управління у відповідності з науковими принципами, в більшій мірі ніж здатний дати науковий метод, може мати згубні наслідки» [3, с.220].

Ф. Хайек критично відносився до того, що за допомогою сучасних комп'ютерів, підставивши зібрані дані у відповідні місця теоретичної формули можна розрахувати прогноз». «Дійсна складність, – відмічав Ф. Хайек, – вирішенню якої наука сприяє мало і яка іноді дійсно буває непереборною, полягає у виявленні і фіксації конкретних фактів» [3, с.222]. При чому, за його думкою, ці складнощі пов'язані не з

формуванням теорій для пояснення поточних подій, вони виникають тоді, коли намагаються пристосувати ці теорії до конкретних ситуацій в реальному світі.

Ф. Хайк є прибічником крайнього лібералізму, супротивником будь-якого державного регулювання. За його думкою, результати досліджень таких складних явищ, як ринок, ніколи не будуть повністю відомими і вимірними.

Велику зацікавленість серед вчених економістів викликали несподівані висновки У. Баумоля, що найбільший науковий прогрес можна знайти не у теоретичних новаціях, а у розвитку емпіричних досліджень і застосуванні теоретичних концепцій до вирішення конкретних практичних проблем.

За думкою У. Баумоля, макроекономічний аналіз не в змозі врахувати дії ринкових сил і шалену конкуренцію, пов'язану з новими процесами і продуктами.

«Справа в тому, – стверджував У. Баумоль, – що зростає ступінь незадоволення теорією, яка не озброює нас інструментами для аналізу фактів і не піддається емпіричному тестуванню» [4, с.120]. За його думкою, макроекономічний аналіз не в змозі врахувати дії ринкових сил і шалену конкуренцію між фірмами за переваги, що пов'язані з новими процесами і продуктами.

У своїх роздумах про макроекономіку У. Баумоль, з одного боку, критично відноситься до результатів макроекономічних досліджень, але в той же час не погоджується з твердженням «..начеб-то макроекономіка знаходиться у катастрофічному стані» [4, с.113]. Він вважає, що подібна думка народжена невірним розумінням того, що можна очікувати від цієї галузі знання. «Творча сила макроекономіки, – стверджує У. Баумоль, – полягає у вірності методу зверх спрощення, який використовується для отримання конкретних висновків» [4, с.113].

Дійти до таких висновків, вважає У. Баумоль, на основі більш складних моделей важко або взагалі неможливо, «але саме метод зверхспрощення, – попереджує У. Баумоль, – який зробив реальними успіхи макроекономіки, вимагає найбільшої обережності, коли мова йде про те, щоби покладатися на її висновки і використовувати її на практиці» [4, с.113].

Питання кількісного виміру результатів економічних досліджень особливо потрібні для оцінки інновацій і впливу їх на економічні результати діяльності фірм. «Не до сучасних теорій росту, – заявляє У. Баумоль, – а до Шумпетера ми повинні звертатися, якщо бажаємо збагнути суть цієї проблеми. Саме він описав конкурентний механізм, який «пришпорює» інновації і за яким вони є головним джерелом прибутку, яка перебільшує нормальний рівень» [4, с.115].

Й. Шумпетер вбачав зміст прогресу економічної науки у збагаченні методологічного арсеналу науки на відміну від зміни теорій, яка сама по собі прогресу не пропонує. У працях економістів-мислителів він пропонував бачити ті елементи, які дають приріст аналітичного інструментарію і тим самим розширюють можливості пізнання дійсного значення економічних процесів. «Згідно з неперевершеним визначенням Джоан Робінсон, – відмічає Й. Шумпетер, – економічна теорія – це скриня з інструментом» [1, с.70].

Уявляють інтерес за цією проблемою також погляди Р. Коуза, який у 1991 р. отримав Нобелівську премію за відкриття ролі трансакційних витрат. За його думкою, особливістю сучасної економічної теорії є підвищення абстрактності аналізу, і що сама абстрактність аналізу не передбачає детальне вивчення реальної економічної системи, що в ній багато розмірковувань, які носять чисто теоретичний характер, який не базується на емпіричних даних. «Об'єктом вивчення, – завершує цю думку Р. Коуз, – виступає система, яка існує лише в уяві економістів, а не у реальному житті. Тому результат подібних досліджень я назвав «економікою класної дошки» [5, с.678].

Багато вчених намагаються вирішити проблему економічних вимірів за допомогою математичного моделювання. У цьому відношенні уявляє інтерес висловлювання Мориса Алле, який вважає, що математика не може бути самоціллю, вона може бути тільки робочим інструментом. Якщо дослідження не пов'язане з вивченням реальності, воно залишається марним, «Підпорядкування досліджуваному і експериментальним даним, – стверджує М. Алле, – є золотим правилом, яке домінує у будь-якій науковій дисципліні. Будь-яка теорія, якщо вона не підтверджена досвідом, вочевидь не має наукової цінності і повинна бути відкинута» [6, с. 605]. На його думку, якщо теорія не підтверджується спостереженням, вона позбавлена будь-якої наукової цінності.

Таку ж позицію відстоює і Г. Саймон. У своїй Нобелівській лекції «Рациональне прийняття рішень у бізнесі» він дійшов висновку, що два покоління економістів-теоретиків зіткнувшись з великою кількістю формальних і технічних проблем, пов'язаних з грубістю реального світу, відмовились від їх вирішення. На його думку, головну увагу вчені-економісти приділяють неокласичній теорії і макроеконометриці, а теорії прийняття рішень приділяється занадто мало уваги. «Центр економічної науки, – стверджує Г. Саймон, – як і раніше, перенаселений, в той час як інші найбагатші з точки зору своїх можливостей території залишаються необробленими» [7, с.340].

Г. Саймон вважає, що слід йти шляхом побудови розумно достатніх моделей, які б забезпечували прийняття задовільних рішень, затрати на які не виходять за припустимі межі. «В наші дні, – стверджує Г. Саймон, – відмінною характеристикою інструментарію, що використовується в науці управління, є те, що він надає практичну можливість прийняття чи рекомендації рішення, базуючись на емпіричних даних, які

отримуються з реального світу, і робити тільки ті розрахунки, які можливі до здійснення завдяки настільному калькулятору, а пізніше електронному комп'ютеру» [7, с.330]. Р. Саймон закликав не до «латання дір», а до перегляду основ і враховувати у моделях більш багатий та змістовний набір властивостей і характеристик реального оточення.

І тут слід звернути увагу на одну обставину, що проведення багатьох економічних розрахунків стримується проблемою розподілу постійних витрат між видами продукції. Не випадково Е. Хелферт застерігає: «Правило, яке допомагає не потрапити до пастки перерозподілу, полягає в тому, що треба де тільки можливо уникати використання витрат на одиницю продукції...» [8, с.295].

Не випадково зарубіжні економісти, вочевидь, щоб «не потрапити у пастку перерозподілу» у своїх розрахунках уникають розрахунків за умов багатоміноменклатурного виробництва.

Між тим багато питань правильного розрахунку прибутку, рентабельності, беззбитковості за видами продукції, оцінки ефективності інноваційних продуктів і формування цін на них доволі просто вирішуються з новим концептуальним підходом до розподілу постійних витрат.

Концепція маржинального доходу виходить з того, що тільки прямі витрати безпосередньо поєднані з виготовленням продукції, а постійні витрати – це умови ведення бізнесу і функціональне призначення маржинального прибутку не розподіл, а покриття постійних витрат і формування на цій основі прибутку як в цілому по підприємству, так і за видами виробів.

Враховуючи, що постійні витрати насправді можуть бути частково напівпостійними і напівзмінними, такий підхід буде мати відбиток на точності розрахунків. Вочевидь ці неточності будуть суттєво більше, якщо для розрахунку повної собівартості невиробничі накладні витрати розподіляти тим чи іншим умовним методом (пропорційно виручці від продажу [9, с.187] чи пропорційно виробничим накладним витратам [10, с.91]).

Під час формування концепції ми свідомо зробили припущення, що всі накладні витрати, в тому числі і виробничі, відносимо до постійних, тобто незалежними від зміни обсягу виробництва.

Розрахунок повної собівартості за видами продукції необхідний для оцінки її рентабельності при порівнянні з аналогічною продукцією у конкурентів. Але чи є собівартість за видами виробів аналітичним інструментом, за допомогою якого можна вирішувати проблеми формування і коректування цін на продукцію, що випускається підприємством?

Можливо це звучить провокаційно і, вочевидь, значна кількість науковців може не погодитись з такою позицією, але за умов багатоміноменклатурного виробництва однозначно ні.

Ми дотримуємося позиції економістів, які стоять на антивитратних підходах до формування цін. Для компаній з багатоміноменклатурним асортиментом продукції більш важливим є її структура, ніж показники собівартості за видами виробів. В разі зміни структури асортименту собівартість за видами продукції веде себе як «рухлива мішень» і, відповідно, не може бути головним орієнтиром під час обґрунтування і коректування цін, оскільки ціна розрахована на такій затратній базі буде або завищена, або занижена.

Для досягнення максимізації прибутку більш важливе значення має збільшення питомої ваги виробів з високим показником коефіцієнта маржинального прибутку.

Висновки. Запропоноване спрощення перетворює систему розподілу постійних витрат в систему управління цінами, прибутком і рентабельністю за видами продукції і може бути інструментарієм для розрахунків багатьох економічних процесів.

Література

1. Шумпетер Й. Капіталізм, соціалізм і демократія. Мировая економічна думка крізь призму століть : в 5 т. т. 4. Вік глобальних трансформацій / Шумпетер Й. – М. : Мисль, 2004. – 942 с.
2. Долан Дж. Ринок: мікроекономічна модель / Долан Дж., Ліндсей Д. – СПб, 1992. – 496 с.
3. Хайек Ф. Претензія знання. Мировая економічна думка крізь призму століть : в 5 т. т. 5. Всесвітнє визнання. Лекції нобелівських лауреатів. Книга перша / Хайек Ф. – 767 с.
4. Баумоль У. Чого не знав Альфред Маршалл. Вклад ХХ століття в економічну теорію. Мировая економічна думка крізь призму століть : в 5 т. т. 4. Вік глобальних трансформацій / Баумоль У. – М.: Мисль, 2004. – 942 с.
5. Коуз Р. Інституціональна структура виробництва / Р.Коуз // Мировая економічна думка крізь призму століть. Всесвітнє визнання. Лекції Нобелівських лауреатів. Т. 5, кн. 1. – М. – 767 с.
6. Алле М. Основні напрями моєї роботи / М. Алле // Мировая економічна думка крізь призму століть / Всесвітнє визнання. Лекції Нобелівських лауреатів. Т. 5, кн. 1. – М. – 767 с.
7. Саймон Г. Рациональне прийняття рішень в бізнесі / Г. Саймон // Мировая економічна думка крізь призму століть. Всесвітнє визнання. Лекції Нобелівських лауреатів. Т. 5, кн. 1. – М. – 767 с.
8. Хелферт Э. Техніка фінансового аналізу / Хелферт Э. ; пер. с англ. – М. : Аудит, ЮНИТИ, 1996. – 663 с.
9. Апчерч А. Управлінський учет: принципи і практика / Апчерч А. ; пер. с англ. – М. : Финансы и статистика, 2002. – 952 с.
10. Друри К. Управлінський і виробничий учет / Друри К. ; пер. с англ. – М. : ЮНИТИ – ДАНА, 2002. – 1071 с.

References

1. SHumpeter Y. Kapitalizm, sotsializm i demokratiya. Mirovaya ekonomicheskaya myisl skvoz prizmu vekov : v 5 t. t. 4. Vek globalnih transformatsiy / SHumpeter Y. – M. : Myisl, 2004. – 942 s.
2. Dolan Dj. Ryinok: mikroekonomicheskaya model / Dolan Dj., Lindsey D. – SPb, 1992. – 496 s.
3. Hayek F. Pretenziya znaniya. Mirovaya ekonomicheskaya misl skvoz prizmu vekav : v 5 t. t. 5. Vsemirnoe priznanie. Lektsii nobelevskih laureatov. Kniga pervaya / Hayek F. – 767 s.
4. Baumol U. CHego ne znal Alfred Marshall. Vklad HH stoletiya v ekonomicheskuyu teoriyu. Mirovaya ekonomicheskaya myisl skvoz prizmu vekov v 5 t. t. 4. Vek globalnih transformatsiy / Baumol U. – M.:Myisl, 2004. – 942 s.
5. Kouz R. Institutsionalnaya struktura proizvodstva / R.Kouz // Mirovaya ekonomicheskaya myisl. Skvoz prizmu vekov. Vsemirnoe priznanie. Lektsii Nobelevskih laureatov. T. 5, kn. 1. – M. – 767 s.
6. Alle M. Osnovnyie napravleniya moey raboty / M. Alle // Mirovaya ekonomicheskaya myisl. Skvoz prizmu vekov / Vsemirnoe priznanie. Lektsii Nobelevskih laureatov. T. 5, kn. 1. – M. – 767 s.
7. Saymon G. Ratsionalnoe prinyatie resheniy v bi znese / G. Saymon // Mirovaya ekonomicheskaya myisl. Skvoz prizmu vekov. Vsemirnoe priznanie. Lektsii Nobelevskih laureatov. T. 5, kn. 1. – M. – 767 s.
8. Helfert E. Tehnika finansovogo analiza / Helfert E. ; per. s angl. – M. : Audit, YUNITI, 1996. – 663 s.
9. Apcherch A. Upravlencheskiy uchet: printsipy i praktika / Apcherch A. ; per. s angl. – M. : Finansyi i statistika, 2002. – 952 s.
10. Druri K. Upravlencheskiy i proizvodstvennyiy uchet / Druri K. ; per. s angl. – M. : YUNITI – DANA, 2002. – 1071 s.

Рецензія/Peer review : 20.05.2018

Надрукована/Printed : 01.06.2018

УДК 658.5(075.8)

АЛЁХИН А. Б.

Одесский национальный политехнический университет

АЛГОРИТМ АВТОМАТИЧЕСКОЙ КЛАССИФИКАЦИИ КАК ИНСТРУМЕНТ АНАЛИЗА ПОТЕНЦИАЛЬНЫХ ФУНКЦИЙ ПРОМЫШЛЕННОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

Разработан и апробирован на задаче анализа потенциальной функции гипотетического промышленного предприятия алгоритм классификации множества многомерных векторов наблюдений в заранее неизвестное количество классов. В рамках оптимизационного подхода к измерению потенциалов промышленных предприятий обоснована целесообразность применения методов автоматической классификации для анализа свойств потенциальных функций предприятия, заданных в табличной форме по результатам статистических испытаний экономико-математической модели. Для решения указанной задачи разработан алгоритм классификации множества многомерных векторов в заранее неизвестном количестве классов, рассчитанный на работу с большими массивами данных, характеризующийся быстротой вычислений, обладающий рядом важных для экономических исследований настраиваемых параметров и обеспечивающий построение содержательных с экономической точки зрения группировок векторов наблюдений. На примере математической модели гипотетического предприятия с применением методов Монте-Карло и оптимизации построена потенциальная функция предприятия и выполнен ее кластерный анализ с использованием предложенного алгоритма. Показано, что методы автоматической классификации множества векторов вероятных эндогенных и экзогенных параметров предприятия совместно с соответствующим им уровнем потенциала предприятия позволяют провести зонирование области внутренних и внешних условий, выделить специфические особенности каждой из выделенных зон и типовые отклики потенциальных функций предприятия. Выявленные в результате кластерного анализа свойства потенциальных функций предприятия при наличии возможных сценариев развития внешних условий его функционирования позволяют ставить конкретные задачи по развитию предприятия с целью минимизации негативного влияния изменения внешней среды и повышения потенциала предприятия в целом.

Ключевые слова: стратегическое управление, промышленное предприятие, экономический потенциал, потенциальная функция, кластерный анализ.

ALYOKHIN A.

Odessa National Polytechnic University

ALGORITHM OF AUTOMATIC CLASSIFICATION AS AN INSTRUMENT OF ANALYSIS OF INDUSTRIAL ENTERPRISE POTENTIAL FUNCTIONS

The algorithm for classifying of the set of multidimensional observation vectors into a previously unknown number of classes has been developed and tested on the problem of analyzing of the potential function of a hypothetical industrial enterprise. Within the optimization approach to measurement of potentials of industrial enterprises, the expediency of using automatic classification methods for analyzing of properties of potential functions of an industrial enterprise, which are specified in tabular form based on the results of statistical tests of the economic and mathematical model of an enterprise, is justified. To solve the above problem, an algorithm for classifying of multidimensional vectors in a previously unknown number of classes has been developed, designed to work with large data sets, characterized by the speed of calculations, which has a number of important for economic studies configurable parameters and provides the receiving of economically meaningful groupings vectors of observations. On the example of the mathematical model of a hypothetical enterprise using Monte Carlo and optimization methods, the potential function of the enterprise is constructed and its cluster analysis is performed using the proposed algorithm. It is shown that the methods of automatic classification of a set of vectors of probable endogenous and exogenous parameters of an enterprise together with the corresponding level of the enterprise potential allow zoning of the region of internal and external conditions, to identify specific features of each of them and typical responses of potential functions of the enterprise. Identified as a result of cluster analysis, the properties of the potential function of the enterprise in the presence of possible scenarios for the development of the external conditions of its functioning allow to formulate problems of development of the enterprise in order to minimize the negative influence of changes in the external environment and increase the capacity of the enterprise as a whole.

Keywords: strategic management, industrial enterprise, economic potential, potential function, cluster analysis.

Постановка проблемы. Оптимизационный подход к оценке потенциалов предприятия, активно развиваемый рядом украинских ученых в последние годы, предусматривает применение экономико-математических моделей оптимизационного типа в качестве модели потенциала, исследование этих моделей с применением методов оптимизации и статистических испытаний, анализ свойств потенциальных функций на основе графиков, представленных статистическими выборками, статистическими методами многомерного анализа.

Используемые для анализа потенциальных функций методы корреляционного, факторного и регрессионного анализа позволяют выделить факторы, оказывающие наиболее существенное влияние на величину потенциала предприятия, и которые выступают как возможные объекты воздействия на стадии целеполагания стратегического управления предприятием. В то же время результаты таких исследований носят весьма общий характер, опираются на ограничительные предположения методов линейной множественной регрессии и множественного корреляционного анализа, что снижает их научную обоснованность, и содержат ограниченную информацию об особенностях потенциальных функций, которая может играть важную роль при разработке стратегии развития предприятия.

Применение регулярных иерархических методов кластерного анализа с последующим анализом результирующих дендрограмм с целью выявления и изучения свойств потенциальных функций недостаточно эффективно в силу большой размерности потенциальных функций, порождаемых методом Монте-Карло, статистических выборок их графиков и, как следствие, большого числа классов итоговых классификаций.

С учетом указанных обстоятельств задача совершенствования статистических методов анализа потенциальных функций предприятия в рамках оптимизационного и статистического подходов является весьма актуальной.

Анализ последних исследований и публикаций. Оптимизационный подход к измерению потенциалов в экономике логически вытекает из концепции потенциала экономического субъекта как способности к осуществлению имманентно присущей ему деятельности, характеризующей максимально возможный результат такой деятельности, впервые предложенной в работах И.Н. Карапейчика [9, 10], развиваемой в работах ряда ученых [1, 5, 11, 12, 19, 20] и систематизированной в обзорной статье [21]. Независимо от этого к идее применения экономико-математических моделей для оценки экономического потенциала предприятия пришли и авторы работ [14, 15], основываясь на понимании того обстоятельства, что потенциалы предприятия представляют собой предельные синтетические признаки, для описания и измерения которых наиболее подходящим инструментом являются оптимизационные модели.

Представление модели в виде оптимизационной задачи специального вида, принятое в рамках оптимизационного подхода, позволило в явном виде выразить зависимость потенциала от ряда параметров состояния предприятия и внешней среды, что в итоге послужило основанием для введения в экономическую теорию потенциалов понятия потенциальной функции предприятия как обобщения понятия уровня потенциала [13] и разработки методов анализа таких функций.

Методические подходы к оценке потенциалов предприятия, а также других его признаков, относящихся к классу способностей, рассматривались в работах [1– 5, 14, 15, 16, 17, 21]. Наиболее содержательные результаты были получены при использовании статистических методов, включая метод статистического испытания (метод Монте-Карло) и методы многомерного статистического анализа – методы корреляционного [6, 7, 8], факторного [6, 8] и регрессионного [1, 6, 7] анализа. С помощью указанных методов из всей совокупности эндогенных и экзогенных факторов, влияющих на величину потенциала, удавалось выделить критические факторы, изменение которых вызывает наиболее существенное изменение величины потенциала предприятия. Воздействие именно на такие факторы, по мнению авторов этих исследователей, следует рассматривать как приоритетные приемы управления в рамках стратегического управления предприятием.

Все результаты подобного рода основаны на исследованиях статистической связи между параметрами потенциальной функции и ее аргументами и отражают наличие таких связей. Это существенно ограничивает значимость полученных результатов и оставляет вопросы к уровню их обоснованности. В отличие от этого полное знание потенциальной функции позволяет получить представление о величине потенциала предприятия в любых условиях, т.е. при любых сочетаниях параметров внутренних и внешних факторов. Упомянутые выше методы не позволяют получить такую информацию, что обосновывает целесообразность дальнейшего совершенствования методического инструментария анализа потенциальных функций предприятия, в том числе и в рамках статистического подхода.

Формулирование целей статьи. Целью настоящего исследования является разработка алгоритма группировки многомерных векторов в заранее неизвестное число классов и демонстрация возможностей его применения в рамках решения проблемы стратегического управления промышленным предприятием для анализа свойств потенциальной функции предприятия, заданной статистической выборкой, получаемой путем статистических испытаний экономико-математической модели предприятия оптимизационного типа.

Изложение основного материала исследований. Для достижения поставленной цели воспользуемся относительно простой экономико-математической моделью гипотетического промышленного предприятия, использованной ее автором в [6, 7] для демонстрации возможностей предлагаемых этим ученым методических подходов к исследованию потенциальных функций предприятия.

В основу данной модели положены следующие предположения.

Предприятие располагает некоторым набором технологических способов (технологий) производства продукции (количество технологий равно n), основными производственными фондами (ОПФ) и персоналом. С помощью каждой технологии может быть выпущен только один вид продукции. Для производства продукции каждого вида в рамках соответствующей технологии используется определенный набор (комплект) материальных ресурсов различного вида (количество видов ресурсов в комплекте равно m), а также ОПФ и персонал (трудовые ресурсы). Использование факторов производства ограничено величиной ОПФ предприятия, численностью персонала и предложением материальных ресурсов на рынке. Объемы производства продукции ограничены спросом на продукцию со стороны рынка продукции. В модели прибыль и фонд оплаты труда подлежат налогообложению.

С учетом сделанных предположений, основные соотношения модели имеют следующий вид.

Объемы производства продукции каждого вида определяются с помощью производственных функций мультипликативного типа:

$$q_i = A_i \cdot K_i^{\alpha_{K_i}} \cdot L_i^{\alpha_{L_i}} \cdot R_i^{\alpha_{R_i}} \quad \forall i, \quad (1)$$

где i – индекс вида продукции, $i \in (1, \dots, n)$; q_i – объемы производства продукции вида i ; K_i, L_i, R_i – соответственно затраты основного капитала и труда, количество комплектов ресурсов, используемых в технологическом способе производства вида i ; $A_i, \alpha_{K_i}, \alpha_{L_i}, \alpha_{R_i}$ – параметры i -й производственной функции.

Валовый выпуск Q предприятия определяется по формуле

$$Q = q \cdot c_q, \quad (2)$$

где q – n -мерный вектор объемов производства продукции, а c_q – вектор цен на продукцию предприятия.

Затраты ресурса r_{ij} вида j ($j \in (1, \dots, m)$) при применении технологии i вычисляются по формуле (3), а затраты в производстве в целом ресурса r_j вида j – по формуле (4)

$$r_{ij} = a_{ij} \cdot R_i \quad \forall i, j; \quad (3)$$

$$r_j = \sum_i r_{ij}. \quad (4)$$

В формуле (3) параметр a_{ij} указывает на количество ресурса вида j в одном ресурсном комплекте вида i .

Валовые расходы C модельного предприятия вычисляются по формуле (5), а чистая прибыль предприятия P_n – по формуле (6),

$$C = \sum_j c_{rj} \cdot r_j + \sum_i (1 + \delta_L) \cdot c_L \cdot L_{i+} + c_0; \quad (5)$$

$$P_n = \begin{cases} P_g, & P_g \leq 0 \\ (1 - \delta_P) \cdot P_g, & > P_g \end{cases}; \quad P_g = Q - C - \delta_K \cdot K. \quad (6)$$

Здесь c_{rj} – цена материального ресурса вида j ; c_L – "цена" трудовых ресурсов; δ_L – ставка сборов и отчислений, пропорциональных фонду оплаты труда; c_0 – условно-постоянные расходы предприятия; δ_K – коэффициент амортизации; δ_P – ставка налога на прибыль предприятия.

Управляющими переменными предприятия являются объемы факторов производства K_i, L_i, R_i , используемых в каждом способе производства i .

С учетом этого равновесное состояние предприятия определяется как решение задачи максимизации чистой прибыли P_n :

$$\max_{K,L,R} P_n, \quad (7)$$

где $K=(K_1, \dots, K_n)$; $L=(L_1, \dots, L_n)$; $R=(R_1, \dots, R_n)$, при выполнении ряда естественных ограничений (см. формулу (8), в которой K_0 – величина ОПФ предприятия, L_0 – трудовые ресурсы предприятия, r'_j – рыночное предложение ресурса вида j ; Q_i – рыночный спрос на продукцию вида i), а также соотношений (1)–(6):

$$\sum_i K_i \leq K_0, \quad \sum_i L_i \leq L_0, \\ r_j \leq r'_j \quad \forall j; \quad q_i \leq Q_i \quad \forall i; \quad (8)$$

$$K \geq 0, L \geq 0, R \geq 0.$$

В соответствии с базисными положениями экономической теории потенциалов в рамках направления, которого придерживается автор настоящего исследования [9, 11, 12, 19, 20, 21], экономический потенциал предприятия характеризует максимально возможную для предприятия, находящегося в определенном состоянии и функционирующего в определенных внешних условиях, чистую прибыль. В терминах оптимизационной модели (1)–(8) экономический потенциал предприятия (его величина) P_e определяется как решение соответствующей оптимизационной задачи, т.е.

$$P_e = \max_{K,L,R} P_n. \quad (9)$$

Из соотношений модели (1)–(8) следует, что потенциальная функция предприятия Ψ , характеризующая его экономический потенциал, есть функция учтенных в модели эндогенных параметров предприятия и параметров внешней среды. К параметрам состояния предприятия относятся такие параметры, как $a_{11}, a_{12}, a_{21}, a_{22}, A_1, A_2, \alpha_{K1}, \alpha_{L1}, \alpha_{R1}, \alpha_{K2}, \alpha_{L2}, \alpha_{R2}, K, L, c_0$. Обозначим вектор таких параметров через S . Множество экзогенных параметров образуют параметры $c_{r1}, c_{r2}, c_{q1}, c_{q2}, c_L, r'_1, r'_2, Q_1, Q_2, \delta_L, \delta_P$. Обозначим вектор параметров внешней среды через X . Таким образом потенциальная функция Ψ представляет собой функцию указанных параметров $\Psi(S, X)$, т.е. некоторое отображение пространства $S \times X$ в

одномерное пространство P_e , и с математической точки зрения выражает зависимость оптимального значения целевой функции (7) от параметров S и X задачи оптимизации (1)–(8).

Как показано в работах [1, 4, 7, 8, 21], для анализа потенциальных функций предприятия, которые не представимы в аналитическом виде, целесообразно применение статистических методов, включающих процедуру "статистических испытаний" модели предприятия (поиск равновесного состояния) при различных комбинациях значений ее параметров и последующий анализ статистической выборки – статистического портрета потенциальной функции.

В силу высокой размерности пространства $S \times X$, определенного экономического содержания эндогенных и экзогенных параметров, а также уровня (величины) экономического потенциала, практический интерес представляет задача выяснения типовых условий и соответствующих им типовых откликов потенциальной функции. В самом деле, зонирование области внешних условий по уровню экономического потенциала позволяет выявить зоны риска, ранжировать эти зоны по степени риска, а с учетом прогнозов внешних условий, оценить степень актуальности принятия тех или иных мер по минимизации наиболее вероятных рисков в будущем. Зонирование области параметров состояния предприятия по уровню экономического потенциала, в свою очередь, позволяет подвести научную базу под решение задачи выбора перспективных направлений и, прежде всего целей, развития предприятия, предоставляя разработчикам стратегии развития предприятия сведения о том, изменение каких параметров предприятия может обеспечить наибольший рост экономического потенциала предприятия.

Очевидно, результатом статистических испытаний модели предприятия (1)–(8) является некая статистическая выборка в пространстве $S \times X \times P_e$, т.е. конечное множество наборов векторов типа (s, x, p_e) , где $s \in S, x \in X, p_e \in P_e$. Пусть размер такой выборки равен N .

Как показали исследования, опубликованные в [7], несмотря на "зондирование" многомерной прямоугольной области возможных значений параметров модели предприятия в соответствии с равномерным законом распределения, закон распределения решения задачи, т.е. величины экономического потенциала, существенно отличается от равномерного. Объяснение этого феномена лежит в области природы модели предприятия и связано с ее оптимизационным характером, обусловленным наличием возможности у предприятия подбирать (путем выбора соответствующих значений управляющих переменных) оптимальный режим функционирования для каждого сочетания внешних условий. Тем самым предприятию удастся минимизировать влияние внешних факторов в пределах, определяемых устройством предприятия и его текущим состоянием – состоянием эндогенных параметров, существенно снижая вариабельность результирующего признака – экономического потенциала.

Задача выделения однородных совокупностей в статистических выборках обычно решается методами кластеризации. Формально в рассматриваемом случае есть возможность группирования векторов (s, x, p_e) в пространствах $S, X, S \times X, S \times P_e, X \times P_e$ и $S \times X \times P_e$. С учетом отмеченного выше характера статистических испытаний модели предприятия (табулирования потенциальной функции) экономический смысл имеет кластерный анализ векторов $(s, p_e), (x, p_e)$ и (s, x, p_e) , который позволяет увязать типовые состояния предприятия, внешних условий, комбинации тех и других с типовыми откликами потенциальной функции.

Для решения этой задачи предлагается следующий алгоритм классификации многомерных векторов в заранее неизвестное число классов, относящийся к числу итеративных эвристических алгоритмов, включающий следующие основные процедуры.

Пусть u – вектор в n -мерном пространстве; m – количество наблюдений (количество векторов); m^* – искомое число классов, $m^* \leq m$; i – номер итерации процесса группирования.

Шаг 1. Формирование исходной группировки ($i=1$).

На этом шаге формируется группировка G^1 , состоящая из $m^1=m$ одноэлементных классов G_1^1, \dots, G_m^1 по числу векторов наблюдений (M^1 – множество индексов классов текущей группировки; G_i^1 – множество индексов векторов наблюдений, входящих в состав класса $i, i \in M^1$). Обозначим через c_l^1 – вектор центра класса l , а через k_l^1 – количество элементов в этом классе. Здесь и далее верхний индекс обозначает номер итерации процесса группирования.

Шаг 2. Определение матрицы расстояний D между векторами наблюдений ($i=1$).

В качестве меры сходства двух векторов m' и m'' использовано взвешенное евклидово расстояние:

$$D = \|d_{m'm''}\|, \quad d_{m'm''} = \sqrt{\beta_j^2 (u_{m'}^j - u_{m''}^j)^2}, \quad (10)$$

где $d_{m'm''}$ – расстояние между указанными векторами; β_j – весовой коэффициент j -й компоненты (j -го признака) вектора наблюдений.

Шаг 2'. Определение матрицы расстояний D^i между классами (итерация $i \geq 2$).

Расстояние $d_{s's''}^i$ между двумя произвольными классами G_s^i и $G_{s''}^i$ определяется по методу

межгруппового среднего связывания как среднее расстояний между всеми парами векторов, один из которых принадлежит классу $G_{s'}^i$, а второй – классу $G_{s''}^i$.

$$d_{s's''}^i = \frac{1}{k_{s'}^i \cdot k_{s''}^i} \cdot \sum_{m' \in s', m'' \in s''} d_{m'm''}^i, \quad (11)$$

С учетом (11) имеем

$$D^i = \|d_{s's''}^i\|. \quad (12)$$

Шаг 3. Определение суммы расстояний внутри классов.

Сумма указанных расстояний d_1^i характеризует тесноту связи внутри классов и для классификации G^i , $i \geq 1$, определяется следующим образом:

$$d_1^i = \frac{1}{2} \cdot \sum_{k \in M^i} \sum_{m', m'' \in G_k^i} d_{m'm''}^i. \quad (13)$$

Шаг 4. Определение суммы расстояний (тесноты связи) между классами.

Показатель тесноты связи между классами d_2^i с учетом (11) определяется по формуле

$$d_2^i = \sum_{s', s'' \in M^i} d_{s's''}^i. \quad (14)$$

Шаг 5. Оценка показателя качества классификации.

В роли показателя качества классификации, полученной на i -й итерации, используется линейная комбинация суммы расстояний внутри классов и суммы расстояний между классами:

$$d^i = \delta \cdot d_1^i + (1 - \delta) \cdot d_2^i. \quad (15)$$

Наилучшей считается классификация i^* , для которой выполняется условие

$$\min_i (d^i) = d^{i^*}. \quad (16)$$

Такой критерий группировки, как это следует из его конструкции, позволяет найти оптимальный баланс между теснотой связи внутри классов и теснотой связи между классами.

Шаг 6. Принятие решения о продолжении процесса группирования.

Предположим, что на итерации i получена группировка $G^i = (G_1^1, \dots, G_{m^i}^1)$. Если $i=1$ или $d^i < d^{i-1}$, то осуществляется переход к выполнению процедуры, предусмотренной шагом 7. Если $d^i \geq d^{i-1}$, процесс группировки прекращается, и оптимальной считается группировка G^{i-1} .

Шаг 7. Объединение классов (формирование группировки G^{i+1}).

Слиянию подлежат классы \bar{s}' и \bar{s}'' , для которых выполняется условие

$$d_{\bar{s}'\bar{s}''}^i = \min_{s', s'' \in M^i} \{d_{s's''}^i\}. \quad (17)$$

В процессе слияния уменьшается количество классов в группировке на единицу; объединяются множества индексов векторов $G_{s'}^i$ и $G_{s''}^i$ указанных классов в одно множество, количество элементов которого равно сумме числа элементов указанных множеств; определяются координаты центра объединенного класса.

Осуществляется переход на выполнение процедуры, предусмотренной шагом 2'.

В предложенном алгоритме, таким образом, предусмотрена возможность задания весов признаков векторов наблюдений, позволяющая в предельном случае (при использовании для ряда признаков нулевых весов, формула (10)) проводить группировку векторов наблюдений по произвольному подмножеству признаков, а также возможность влиять на итоговое количество классов за счет изменения значимости вклада показателей тесноты связи внутри классов и между ними в интегральный показатель качества группировки (формула (15)). Вторая возможность особенно полезна при группировании большого числа векторов наблюдений плохо структурированной выборки.

Указанный алгоритм реализован в среде Matlab и апробирован на задаче анализа потенциальной функции модельного предприятия (1)–(8) с числовыми параметрами, приведенными в табл. 1. Численная модель с такими параметрами исследована автором в работе [7] с применением других методических подходов, что обеспечивает сравнимость результатов обоих исследований.

В данной числовой модели предприятие располагает двумя технологическими способами производства и, следовательно, производит два вида продукции, для чего использует два вида материальных ресурсов, состояние предприятия характеризуется пятнадцатью параметрами, а состояние внешней среды – одиннадцатью. Таким образом вектор наблюдений (s, x, p_e) в процедуре статистических испытаний имеет размерность 27.

Таблиця 1

Численные параметры модели предприятия, [7]

Параметры предприятия	Значение	Параметры внешней среды	Значение
$a_{11}; a_{12}$	1; 2	$c_{r1}; c_{r2}$	1; 2
$a_{21}; a_{22}$	3; 1	$c_{q1}; c_{q2}; c_L$	5; 3; 1
$A_1; A_2$	5; 4	$r'_1; r'_2$	100; 75
$\alpha_{K1}, \alpha_{L1}, \alpha_{R1}$	0,3; 0,2; 0,4	Q_1, Q_2	50; 40
$\alpha_{K2}, \alpha_{L2}, \alpha_{R2}$	0,3; 0,5; 0,2	δ_L	0,30
$K; L; c_0$	100; 50; 50	δ_p	0,15

Как и в исследовании [7] статистические испытания модели (1)–(8) проводились методом Монте-Карло с варьированием случайным образом с равномерным распределением значений параметров модели в диапазоне $\pm 20\%$ от значений, приведенных в табл. 1. Размер статистической выборки был принят равным 300, что позволило составить статистический портрет потенциальной функции исследованной модели в виде набора, включающего 300 векторов наблюдений, характеризующихся 27-ю признаками.

Поиску группировки, отвечающей критерию (16), предшествовала нормировка значений всех признаков векторов наблюдений на отрезке $[0, 1]$ с применением следующей формулы:

$$x_{norm} = \frac{(x - x_{min})}{(x_{max} - x_{min})}. \quad (18)$$

В качестве результата исследования, заслуживающего первоочередного внимания, следует отметить характер распределения величины экономического потенциала, которая в силу случайного формирования выборки значений параметров модели (1)–(8) также является случайной величиной. Несмотря на применение равномерного закона распределения при формировании комбинаций параметров модели, распределение значений уровня экономического потенциала модельного предприятия оказалось близким нормальному закону (см. рис. 1), что хорошо согласуется с типичными условиями проявления этого закона распределения.

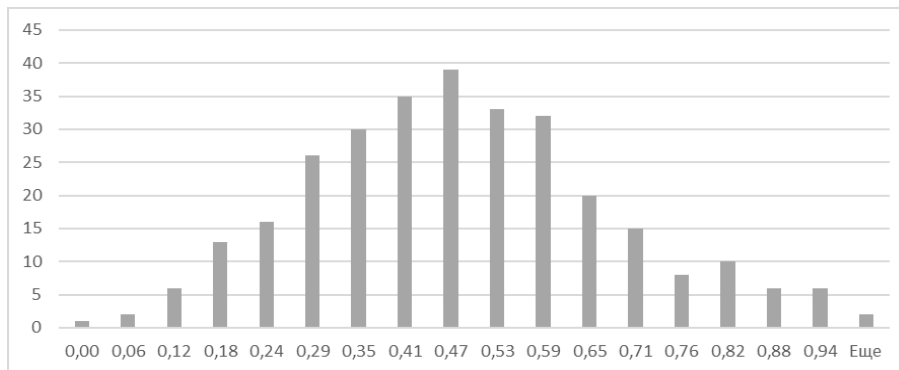


Рис. 1. Частоты величины экономического потенциала

Классификация векторов наблюдений только по величине потенциала позволила получить группировку, содержащую 27 классов (рис. 2). На этой диаграмме, как и на всех последующих диаграммах, классы отсортированы по величине математического ожидания уровня экономического потенциала в порядке возрастания слева направо. Сравнение этой диаграммы с диаграммой рис. 1 обнаруживает наличие более выраженной дифференциации классов по численности во втором случае.

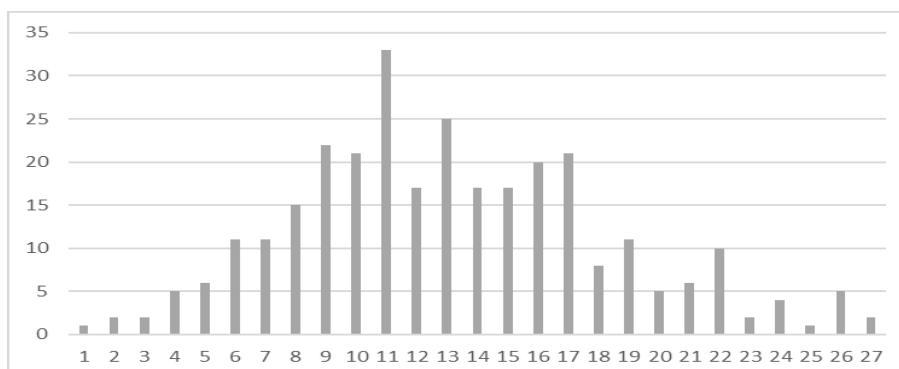


Рис. 2. Численность классов в группировке по величине потенциала

Классификация исходной совокупности векторов по множеству эндогенных и экзогенных параметров позволила выделить 53 класса относительно однородных комбинаций параметров модели предприятия с большим разбросом численности классов (рис. 3), что можно объяснить небольшой выборкой и особенностями алгоритма генерации псевдослучайных чисел, равномерно распределенных на отрезке $[0, 1]$.

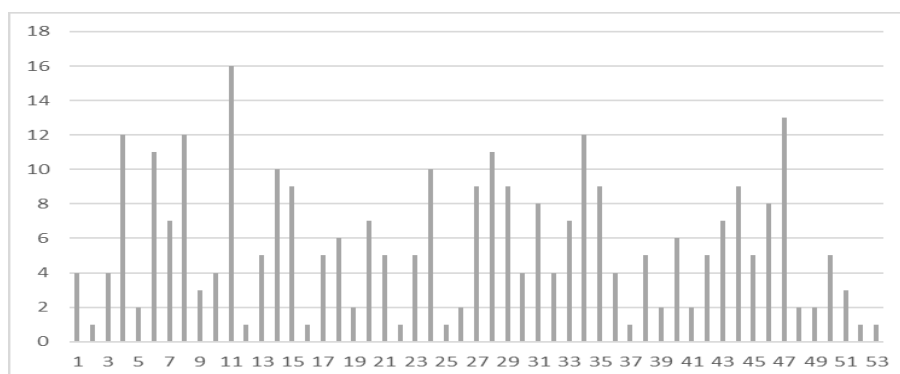


Рис. 3. Численность классов в группировке по множеству эндогенных и экзогенных параметров

Классификация векторов наблюдений по всем признакам привела к группировке, идентичной предыдущей, что можно объяснить доминированием числа факторов над числом результирующих признаков. Для устранения влияния числа признаков, соответствующих эндогенным и экзогенным параметрам (таких признаков, как отмечалось выше, в рассматриваемой модели 26) вес показателя экономического потенциала был принят равным 26-ти при единичных весовых коэффициентах прочих признаков. Это позволило получить группировку, состоящую из 43-х классов.

Поскольку конечной целью исследования потенциальных функций с помощью методов автоматической классификации является выделение типовых откликов функций модельного предприятия при типовых значениях параметров модели, а большое число отвечающим этим условиям классов существенно усложняет задачу качественного анализа и разработки практических рекомендаций для управленческого персонала, то был проведен ряд группировок с последовательно увеличиваемым весом ("штрафом") показателя тесноты связей между классами d_2 (формула (15)). В результате таких исследований было установлено, что с ростом величины штрафа, налагаемого на связи между классами, количество классов в группировке снижается, однако при этом снижается и уровень дифференциации самих классов, что является нежелательным для целей анализа.

С иллюстративными целями в качестве примера была выбрана группировка (см. рис. 4), состоящая из 36-и классов и с ярко выраженной дифференциацией численности классов, позволяющая наглядно продемонстрировать, какие особенности потенциальной функции предприятия позволяет выявить методический подход, основанный на методах классификации в заранее неизвестное число классов. При этом будем полагать, что текущее состояние всех параметров модели предприятия соответствует значениям, приведенным в табл. 1, т.е. центру многомерного параллелепипеда возможных значений параметров.

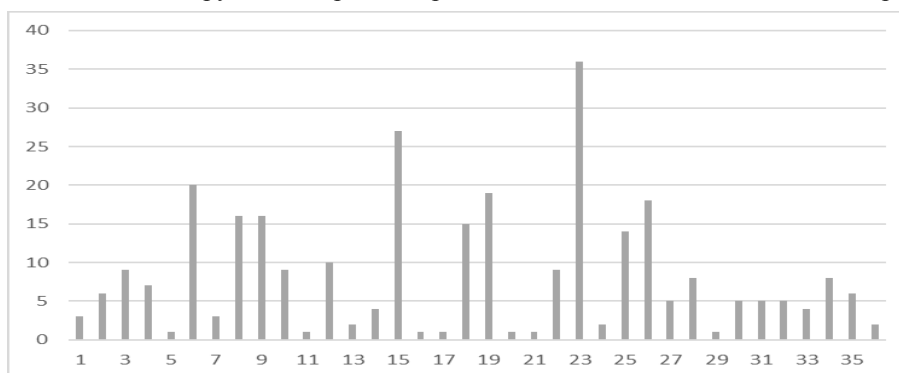


Рис. 4. Численность классов группировки по всем признакам со "штрафом" связей между классами

На диаграмме рис. 4 хорошо видно, что в области наихудших значений экономического потенциала предприятия по численности выделяются классы 3, 6, 8 и 9, в области средних значений – классы 15 и 23, а в области наилучших условий – классы 34, 35 и 36. Анализ координат центров указанных классов позволяет обнаружить следующее.

Для класса № 3 низкий уровень экономического потенциала определяется (неблагоприятными) низкими (ниже среднего уровня, равного 0,5) значениями параметров α_{L2} , c_{q1} , c_{q2} , Q_1 , благоприятным значением параметра a_{12} и средних значениях прочих параметров.

То же справедливо и для класса № 6. Кроме того в этом классе низкое значение имеет также и параметр A_2 .

Такие характеристики указанных классов свидетельствуют о том, что наиболее критичными с точки зрения возможностей генерировать чистый доход для данного предприятия являются ценовая конъюнктура рынка продукции и спрос на продукцию первого вида.

Класс № 8 характеризуется низкими значениями показателей c_{q1} , Q_2 , A_1 , α_{K1} , α_{R1} , благоприятными значениями параметров a_{12} , a_{22} при средних значениях прочих параметров.

В классе № 9 низкие значения имеют параметры c_{q1} , Q_1 , r'_2 , A_2 , α_{R2} , благоприятные значения – параметр c_{r2} , средние значения – прочие параметры.

Анализ параметров этих классов к числу критических факторов добавляет низкий спрос на второй вид продукции и, таким образом, конъюнктуру рынка продукции предприятия в целом, низкий уровень общей факторной производительности производства обеих технологий и невысокую эластичность по ряду производственных факторов.

Характерные для области низкого экономического потенциала критические параметры указывают на потенциальные цели, достижение которых позволило бы уменьшить риски снижения доходности предприятия при соответствующем изменении конъюнктуры рынка продукции. Такими целями является, прежде всего, ослабление негативной зависимости предприятия от состояния рынка продукции, которое возможно за счет проведения определенных маркетинговых мероприятий либо мероприятий по совершенствованию номенклатуры выпускаемой продукции, а также поддержание эффективности использования определенных факторов производства на достигнутом уровне.

Условия классов № 15 и № 21, в которых предприятие может демонстрировать близкий к среднему уровень экономического потенциала, характеризуются низким уровнем запасов ресурса первого вида (r'_1) и низким значением технологического коэффициента первой технологии (A_1), а также относительно низким (благоприятным) уровнем цен на ресурс второго вида (c_{r2}) при средних значениях прочих параметров.

Такие характеристики этих классов условий указывают на то, что для сохранения текущего среднего уровня экономического потенциала менеджмент предприятия должен следить за поддержанием состояния запасов критических ресурсов, показателями эффективности первой технологии и стремиться, за счет осуществления соответствующих маркетинговых мероприятий, к снижению цен на ресурс второго вида.

Высокий уровень экономического потенциала (классы № 34-36) модельное предприятие может демонстрировать при низких ценах (c_{r1} , c_{r2}) и низком удельном расходе ресурса первого вида (a_{11} , a_{12}) при производстве обоих видов продукции, высоком уровне цен (c_{q1} , c_{q2}) и спроса на продукцию предприятия обоих видов (Q_1 , Q_2), больших значениях технологического коэффициента первой технологии (A_1) при прочих значениях параметров, отвечающих среднему либо выше среднего уровню. При этом предприятие сохраняет высокий экономический потенциал при некоторых неблагоприятных факторах. Так для условий классов № 34 и № 36 допустимым является низкая численность персонала (L); для класса № 35 – низкий уровень наличия, а следовательно и использования, основного капитала (K) и низкая эластичность выпуска второй технологии по ресурсам (α_{R2}); для класса № 36 – низкий запас ресурса первого вида (r'_1), низкая эластичность выпуска продукции первого вида по ресурсам (α_{R1}) и выпуска продукции второго вида по труду (α_{L2}).

Как и в предыдущих случаях, параметры рассматриваемых классов следует рассматривать как критические точки приложения сил менеджмента для обеспечения роста экономического потенциала предприятия.

Сравнение результатов анализа потенциальной функции модельного предприятия, проведенного с применением методов классификации статистической выборки потенциальной функции в заранее неизвестное число классов, с результатами корреляционного и регрессионного анализа, изложенного в статье [7], указывает на их существенное различие по степени детализации. Так, в частности, по результатам корреляционного анализа к критическим факторам в цитируемой работе были отнесены только параметры c_{q1} , c_{q2} и Q_1 с невысокими значениями коэффициентов корреляции с величиной экономического потенциала 0,699, 0,312 и 0,573 соответственно. Последующий регрессионный анализ позволил автору исследования [7] к числу существенных признаков отнести параметры c_{q1} , c_{q2} , Q_1 и Q_1 с коэффициентами регрессии 0,625, 0,292, 0,487 и 0,211 соответственно. В отличие от этого с помощью алгоритма автоматической классификации возможно решение задачи зонирования области возможных условий с учетом всей гаммы факторов и определение в каждой из них типовых комбинаций негативных, нейтральных и позитивных условий, которые могут служить основанием для выработки целей повышения эффективности предприятия и его развития.

Выводы. Статистические методы многомерного анализа являются одним из возможных инструментов исследования свойств потенциальных функций предприятий, что обусловлено оптимизационной природой потенциалов как признаков предприятия и целесообразностью исследования потенциальных функций на основе анализа соответствующих экономико-математических моделей предприятия оптимизационного типа.

Применение для этих целей методов корреляционного, факторного и регрессионного анализа позволяет выделить критические факторы, оказывающие наиболее существенное влияние на величину экономического потенциала, однако результаты такого анализа носят достаточно общий характер, ограничены по своему содержанию (указывая преимущественно только на наличие их статистической связи с величиной потенциала в рамках простых формальных предположений) и по возможностям дальнейшего использования в задачах управления.

Методы автоматической классификации множества векторов возможных эндогенных и экзогенных параметров предприятия совместно с характерным для них уровнем потенциала предприятия позволяют провести зонирование области таких условий, выделить специфические особенности каждой из них и типовые реакции (уровнем потенциала) на них предприятия. Такие представления о свойствах потенциальных функции предприятия при наличии прогнозов (возможных сценариев) развития внешних условий его функционирования позволяют ставить задачи по развитию предприятия (изменению его эндогенных параметров), обеспечивающему минимизацию негативного влияния изменения внешней среды в частности и повышению потенциала предприятия в целом.

Предложенный алгоритм классификации многомерных векторов в заранее неизвестное число групп рассчитан на работу с большими массивами данных, обладает рядом важных для экономических исследований настраиваемых параметров, характеризуется быстротой вычислений и демонстрирует способность построения содержательных с экономической точки зрения группировок векторов наблюдений.

Литература

1. Алёхин А.Б. Анализ динамики потенциала предприятий с применением математического моделирования и статистических методов / А.Б. Алёхин, А.Б. Брутман // Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. – 2014. – № 3, Т. 4. – С. 12–17.
2. Алёхин А.Б. Жизнеспособность промышленных предприятий: формализация и оценка / А.Б. Алёхин // Вісник Маріупольського державного університету. Серія "Економіка". – 2012. – Вип. 3. – С. 22–31.
3. Алёхин А.Б. Измерение жизнеспособности предприятия как задача принятия решений в условиях неопределенности (математические интерпретации) / А.Б. Алёхин, Н.Н. Ванина // Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. – 2012. – № 5, Т. 1. – С. 11–18.
4. Алёхин А.Б. Обобщенные признаки предприятий, регионов и национальных экономик: проблема измерения и новые подходы / А.Б. Алёхин // Економіст. – 2011. – № 8. – С. 24–29.
5. Брутман А.Б. Конкурентоспособность предприятий: оценка на основе их потенциалов : монография / Брутман А.Б. – Запорожье : ООО "ЛИПС" ЛТД, 2012. – 220 с.
6. Карапейчик И.Н. Анализ влияния эндогенных факторов на потенциал промышленного предприятия / И.Н. Карапейчик // Уральский научный вестник. – 2013. – № 6 (59). – С. 44–57.
7. Карапейчик И.М. Кількісний аналіз потенційної функції підприємства з урахуванням комплексної дії ендогенних та екзогенних факторів / І.М. Карапейчик // Держава та регіони. – 2013. – № 4 (73). – С. 75–82.
8. Карапейчик И.Н. Количественная оценка экономического потенциала промышленного предприятия (на примере ПАО «Азовмаш») / И.Н. Карапейчик // Уральский научный вестник. – 2014. – № 13(92). – С. 97–107.
9. Карапейчик И.Н. Понятие потенциала в экономике: общая концепция [Электронный ресурс] / И.Н. Карапейчик // Ефективна економіка. – 2011. – № 12. – Режим доступа : <http://www.economy.nayka.com.ua/index.php?op=1&z=820>.
10. Карапейчик И.Н. Оценка инновационного потенциала машиностроительных предприятий : монография / Карапейчик И.Н. – Мариуполь : "Новый мир", 2011. – 184 с.
11. Карапейчик И.Н. Понятие потенциала в экономике: задачи и направления исследований / И.Н. Карапейчик // Актуальні проблеми економіки. – 2012. – № 7 (133). – С. 16–25.
12. Карапейчик И.Н. Понятие производственной мощности предприятия как модель понятия инновационного потенциала / И.Н. Карапейчик // Економіка: проблеми теорії та практики : зб. наук. праць : статті. – Дніпропетровськ, 2009. – Вип. 256, Т. 1. – С.197–203.
13. Карапейчик И.Н. Потенциальные функции и задача систематизации потенциалов в экономике / И.Н. Карапейчик // Інноваційні економіка. – 2012. – № 4(30). – С. 9–15.
14. Диленко В.А. Математические модели формирования и анализа экономического потенциала / В.А. Диленко, О.В. Захарова // Проблемы развития внешнеэкономических связей и привлечения иностранных инвестиций: региональный аспект : сб. науч. тр. : статьи. – Донецк, 2009. – С. 202–208.
15. Диленко В.А. Экономико-математическое моделирование инновационных процессов : монография / В.А. Диленко. – 2-е изд., измененное и доп. – Одесса : Фенікс, 2013. – 348 с.
16. Савчук С.И. Основы теории конкурентоспособности / Савчук С.И. – Мариуполь : ИПРЭЭИ НАН Украины, Рената, 2007. – 520 с.
17. Савчук С.И. Уровень конкурентоспособности предприятий: новый методический подход к оценке / С.И. Савчук // Ринкова економіка: сучасна теорія і практика управління : зб. наук. праць. – Одеса, 2004. – Т. 7, Вип. 8. – С. 340–346.

18. Карапейчик И.Н. Потенциальные функции и задача систематизации потенциалов в экономике / И.Н. Карапейчик // *Інноваційна економіка*. – 2012. – № 4(30). – С. 9–15.
19. Шпак С.А. Теоретические основания стратегического управления реструктуризацией предприятий на основе потенциалов / С.А. Шпак // *Бизнес Информ*. – 2017. – № 4. – С. 347–356.
20. Шпак С.А. Потенциалы как объекты стратегического управления развитием промышленных предприятий / С.А. Шпак // *Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки*. – 2017. – № 4. – С. 238–245.
21. Alyokhin A.B. Economic theory of potential. Quasi axiomatic approach to modeling and measurement / A.B. Alyokhin, A.B. Brutman // *Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки*. – 2015. – № 3, Т. 2. – С. 91–105.

References

1. Alekhin A.B. Analiz dinamiki potentsiala predpriyatiy s primeneniem matematicheskogo modelirovaniya i statisticheskikh metodov / A.B. Alekhin, A.B. Brutman // *Herald of Khmelnytskyi National University. Economical Sciences*. – 2014. – № 3, Т. 4. – С. 12-17.
2. Alekhin A.B. Zhiznesposobnost' promyshlennykh predpriyatiy: formalizatsiya i otsenka / A.B. Alekhin // *Visnyk Mariupol'skogo derzhavnogo universytetu. Seriya "Ekonomika"*. – 2012. – Vyp. 3. – С. 22-31.
3. Alekhin A.B. Izmerenie zhiznesposobnosti predpriyatiya kak zadacha prinyatiya resheniy v usloviyakh neoprede-lennosti (matematicheskie interpretatsii) / A.B. Alekhin, N.N. Vanina // *Herald of Khmelnytskyi National University. Economical Sciences*. – 2012. – № 5, Т. 1. – С. 11-18.
4. Alekhin A.B. Obobshchennye priznaki predpriyatiy, regionov i natsional'nykh ekonomik: problema izmereniya i novye podkhody / A.B. Alekhin // *Ekonomist*, 2011. – № 8. – С. 24-29.
5. Brutman A.B. Konkurentosposobnost' predpriyatiy: otsenka na osnove ikh potentsialov : monografiya / Brutman A.B. – Zaporozh'e: OOO "LIPS" LTD, 2012. – 220 s.
6. Karapeychik I.N. Analiz vliyaniya endogennykh faktorov na potentsial promyshlennogo predpriyatiya / I.N. Ka-rapeychik // *Ural'skiy nauchnyy vestnik*. – 2013. – № 6 (59). – С. 44-57.
7. Karapeychik I.M. Kil'kisnyy analiz potentsijnoi' funktsii' pidpriyemstva z urahuvannjam kompleksnoi' dii' endogennykh ta ekzogennykh faktoriv / I.M. Karapeychik // *Derzhava ta regiony*. – 2013. – № 4 (73). – С. 75-82.
8. Karapeychik I.N. Kolichestvennaya otsenka ekonomicheskogo potentsiala promyshlennogo predpriyatiya (na pri-mere PAO «Azovmash») / I.N. Karapeychik // *Ural'skiy nauchnyy vestnik*. – 2014. – № 13(92). – С. 97-107.
9. Karapeychik I.N. Ponyatie potentsiala v ekonomike: obshchaya kontseptsiya / I.N. Karapeychik // *Efektivna ekonomika*. – 2011. – № 12. – Rezhim dostupa k zhurn. : <http://www.economy.nayka.com.ua/index.php?op=1&z=820>.
10. Karapeychik I.N. Otsenka innovatsionnogo potentsiala mashinostroitel'nykh predpriyatiy : monografiya / Karapeychik I.N. – Mariupol': "Novyy mir", 2011. – 184 s.
11. Karapeychik I.N. Ponyatie potentsiala v ekonomike: zadachi i napravleniya issledovaniy / I.N. Karapeychik // *Aktual'ni problemy ekonomiky*, 2012. – № 7 (133). – С. 16-25.
12. Karapeychik I.N. Ponyatie proizvodstvennoy moshchnosti predpriyatiya kak model' ponyatiya innovatsionnogo potentsiala / I.N. Karapeychik // *Ekonomika: problemy teorii' ta praktyky: Zbirnyk naukovykh prac'*. – Dnipropetrov'sk, 2009. – Vyp. 256, Т. 1. – С.197-203.
13. Karapeychik I.N. Potentsial'nye funktsii i zadacha sistematzatsii potentsialov v ekonomike / I.N. Karapeychik // *Innovacijni ekonomika*. – 2012. – № 4(30). – С. 9-15.
14. Dilenko V.A. Matematicheskie modeli formirovaniya i analiza ekonomicheskogo potentsiala // *Problemy razvitiya vneshneekonomicheskikh svyazey i privlecheniya inostrannykh investitsiy: regional'nyy aspekt : sb. nauch. tr. : stat'i* / V.A. Dilenko, O.V. Zakharova. – Donetsk, 2009. – С. 202-208.
15. Dilenko V.A. Ekonomiko-matematicheskoe modelirovanie innovatsionnykh protsessov : monografiya. – 2-e izd., izmenennoe i dop. / V.A. Dilenko. – Odessa : Feniks, 2013. – 348 s.
16. Savchuk S.I. Osnovy teorii konkurentosposobnosti / Savchuk S.I. – Mariupol': IPREEI NAN Ukrainy, Renata, 2007. – 520 s.
17. Savchuk S.I. Uroven' konkurentosposobnosti predpriyatiy: novyy metodicheskyy podkhod k otsenke / S.I. Savchuk // *Rynkova ekonomika: suchasna teoriya i praktyka upravlinnja : zb. nauk. prac'*. – Odesa, 2004. – Т. 7, Vyp. 8. – С. 340-346.
18. Karapeychik I.N. Potentsial'nye funktsii i zadacha sistematzatsii potentsialov v ekonomike / I.N. Karapeychik // *Innovacijni ekonomika*. – 2012. – № 4(30). – С. 9-15.
19. Shpak S.A. Teoreticheskie osnovaniya strategicheskogo upravleniya restrukturyzatsiey predpriyatiy na osnove potentsialov / S.A. Shpak // *Biznes Inform*. – 2017. – № 4. – С. 347-356.
20. Shpak S.A. Potentsialy kak ob"ekty strategicheskogo upravleniya razvitiem promyshlennykh predpriyatiyami / S.A. Shpak // *Herald of Khmelnytskyi National University. Economical Sciences*. – 2017. – № 4. *Ekonomichni nauky* – С. 238-245.
21. Alyokhin A.B. Economic theory of potential. Quasi axiomatic approach to modeling and measurement / A.B. Alyokhin, A.B. Brutman // *Herald of Khmelnytskyi National University. Economical Sciences*. – 2015. – № 3, Т.2. – С. 91-105.

Рецензія/Peer review : 03.05.2018

Надрукована/Printed : 02.06.2018

УДК 336

ГАВЛОВСЬКА Н. І.,
РУДНІЧЕНКО Є. М.

Хмельницький національний університет

ТЕОРЕТИЧНІ КОНЦЕПТИ ПУБЛІЧНОГО УПРАВЛІННЯ ТА ПУБЛІЧНОГО АДМІНІСТРУВАННЯ: СУТНІСТЬ ТА ВІДМІННОСТІ

У статті досліджено співвідношення визначень «управління» і «адміністрування». Наведено поняття «публічне адміністрування» та «публічне управління» та виділено характерні особливості цих понять. Публічне адміністрування складається з сукупності елементів, що взаємопов'язані між собою, а саме: 1) органи виконавчої влади, органи місцевого самоврядування, інші суб'єкти, що забезпечують виконання законів та діють в публічних інтересах; 2) різновид управлінської діяльності інституцій публічної влади; 3) скоординовані групові дії та взаємодія законодавчої, виконавчої та судової гілок влади в державних справах. Публічне управління стосується ефективного функціонування всієї системи політичних інституцій.

Ключові слова: управління, адміністрування, публічне адміністрування, публічне управління, елементи публічного адміністрування, інституції публічної влади, органи державної влади.

HAVLOVSKA N.,
RUDNICHENKO YE.
Khmelnytskyi National University

THEORETICAL CONCEPTS OF PUBLIC MANAGEMENT AND PUBLIC ADMINISTRATION: ESSENCE AND DISTINCTIONS

The article analyzes the relation between definitions of «management» and «administration». The concept of «public administration» and «public administration» is presented and the characteristic features of these concepts are singled out. Public administration consists of a set of elements that are interrelated, namely: 1) executive bodies, local authorities, other actors that ensure the implementation of laws and act in the public interest; 2) the type of management activities of public authorities; 3) coordinated group actions and interaction of the legislative, executive and judicial branches of government in public affairs. Public administration is a coordinated group action of public authorities that enforces laws and acts in the public interest in accordance with defined strategic objectives. Public administration refers to the effective functioning of the whole system of political institutions. Public administration is a system of managerial approaches and technologies of macro and meso-level, which ensures the implementation of functions of state institutions and fosters their interaction with society. Public administration is a larger category, since it is formed on a systematic basis and involves a managerial «variety» of ideas, views, methods and tools. Accordingly, «public administration» is somewhat limited in terms of the functional responsibilities of public institutions and has a normative component as a priority.

Key words: management, administration, public administration, public administration, elements of public administration, public authority institutions, state authorities.

Постановка проблеми. Трансформація соціально-економічних процесів макро-, мезо- та мікрорівнів обумовлює необхідність формування нових управлінських підходів та удосконалення наявних управлінських технологій. Особливо це стосується управління вітчизняними державними інституціями, що об'єктивно потребують реформ в управлінні загалом та механізмах взаємодії із суспільством. В цілому, можна стверджувати, що наука управління зазнала вагомих еволюційних змін в частині державного управління. Проте досі залишається недостатньо дослідженим питання щодо відмінності дефініцій «публічне адміністрування» та «публічне управління», які стали надзвичайно популярними в останні роки. У зв'язку з цим, виникає необхідність уточнення понятійного апарату щодо зазначених категорій та дослідження їх сутності.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Теоретичні концепти публічного управління та публічного адміністрування досліджуються у працях таких вітчизняних і зарубіжних науковців, як М. Бутко, В. Загорський, В. Корженк, Л. Мажник, Л. Прокопенко, Х. Рейні, О. Ястремська та інші.

Постановка завдання. Основним завданням дослідження є аналіз теоретичних концептів публічного управління та публічного адміністрування та формування загального бачення щодо диференціації зазначених понять.

Основні результати дослідження. Для проведення ґрунтового аналізу існуючих підходів і формування авторської позиції щодо диференціації зазначених понять, необхідно дослідити окремі їх елементи. Тому, цілком логічно висвітлити сутність спільної складової «публічне». Поняття «публічний» походить від латинського слова publicus – суспільний, народний, громадський. Мовознавець-лексиколог та перекладач Юліан Кобилянський у своєму латинсько-українському словнику слово publicus перекладає як «людовий, народний, громадський, державний». Словник іншомовних слів визначає поняття «публічний» як відкритий, гласний, суспільний [20, с. 560]. «Новий тлумачний словник української мови» подає кілька значень слова «публічний»: 1. Який відбувається в присутності публіки, людей; прилюдний, привселюдний, гласний, відкритий. 2. Призначений для широкого відвідування, користування; громадський, загальний, загальнодоступний. 3.

Стосується публіки [10, с. 843]. Відомий вітчизняний науковець з аналізу державної політики О. Кілієвич перекладає англійське слово «public» на українську мову як «громадський, публічний, державний» [4, с. 292]. Тобто зазначене поняття у більшості дослідників пов'язане із відкритістю, громадськістю, державністю, що є обов'язковими елементами управління демократичним суспільством. Нижче проаналізуємо наявні підходи до розуміння популярного на сьогодні поняття «публічне адміністрування». Варто підкреслити, що в сучасних умовах публічне адміністрування охоплює безліч інститутів сучасного суспільства та знаходиться в призмі трьох глобальних підходів (рис. 1).

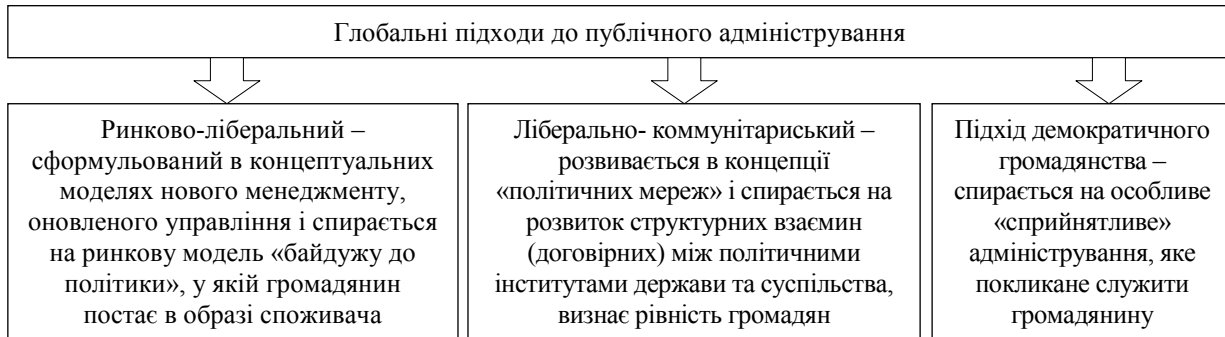


Рис. 1. Глобальні підходи до публічного адміністрування [15, с. 6]

Прийнято вважати, що еволюція підходів до розуміння публічного адміністрування починається з XI ст., коли з'являється самостійне поняття «публічний службовець». Публічне адміністрування (public administration) протягом XX ст. розвивалось як невід'ємна частина політичної науки (political science) у відриві від предметного поля і підходів, розроблених у менеджменті (generic management). Як у вітчизняній, так і в закордонній науці та практиці управління, проблема відносин бізнесу, влади і суспільства завжди була однією з найбільш актуальних тем. На початку XXI ст. стало очевидно, що сфери та інтереси бізнесу і політики, політики і суспільства, ринку і суспільства стали все більше відокремлюватись один від одного. Аналогічна тенденція до розділу і методологічної відокремленості проявлялась в економічних, політичних і соціально-гуманітарних науках. Це знайшло відображення і в підходах до публічного адміністрування [17, с. 19].

Аналіз існуючих підходів в науковій літературі щодо визначення поняття «публічне адміністрування» наведено у табл. 1.

Таблиця 1

Визначення поняття «публічне адміністрування»

Автор, джерело	Визначення поняття
Енциклопедія державного управління [2, с. 489]	різновид управлінської діяльності інституцій публічної влади, завдяки якій держава та громадянське суспільство забезпечують самокерованість (самоврядність) усієї суспільної системи та її розвиток у певному, визначеному напрямку
за заг. ред. Корженка В., Мельтохової Н. [14, с. 28]	органи виконавчої влади, органи місцевого самоврядування, інші суб'єкти, які відповідно до законодавчих чи договірних повноважень забезпечують виконання законів та діють в публічних інтересах
за заг. ред. Прокопенка Л. [3, с. 77–78]	це цілеспрямована взаємодія публічних адміністрацій з юридичними і фізичними особами з приводу забезпечення реалізації законів та виконання основних функцій: орієнтуючого планування, яке визначає бажані напрями розвитку, створення правових, економічних та інших умов для реалізації інтересів учасників взаємодії, розподілу праці, кооперування та координування діяльності, а також моніторинг результатів
Колесникова К. [5]	як складова публічного управління (врядування), метою якого є розвиток держави на засадах демократії з використанням ефективних новітніх методів і технологій управління та спрямованих на забезпечення громадян на рівні світових стандартів
Мартиненко В. [8, с. 20–21]	є формою реалізації публічного управління, яке здійснюють представницькі органи демократичного врядування через свої виконавчі структури
Колпаков В. [6]	діяльність суб'єкта публічної адміністрації, що спрямована на виконання владних повноважень публічного змісту і яка використовує засоби управління, надання адміністративних послуг, участь у відносинах відповідальності суб'єктів публічної адміністрації, застосування заходів впливу за порушення правил, встановлених публічною адміністрацією
Рейні Х. [18]	скоординовані групові дії та взаємодія законодавчої, виконавчої та судової гілок влади в державних справах, які відіграють значну роль у формуванні державної політики та є частиною політичного процесу; відрізняються від адміністрування у приватному секторі і мають зв'язок із приватними групами та індивідами, що працюють у різних компаніях та громадах
Семенчук Т. [19, с. 388-389]	метод управління, який забезпечує надання суспільству послуг щодо законодавства та реалізацію обраної політики, яку втілюють відповідно до делегованих повноважень державні службовці у всіх напрямках прояву зазначеної політики
Авторське визначення	скоординовані групові дії інституцій публічної влади, що забезпечують виконання законів та діють в публічних інтересах відповідно до визначених стратегічних цілей

Визначення, що наведені у таблиці 1 дозволяють зробити висновки, що публічне адміністрування складається із сукупності елементів, що взаємопов'язані між собою (рис. 2).

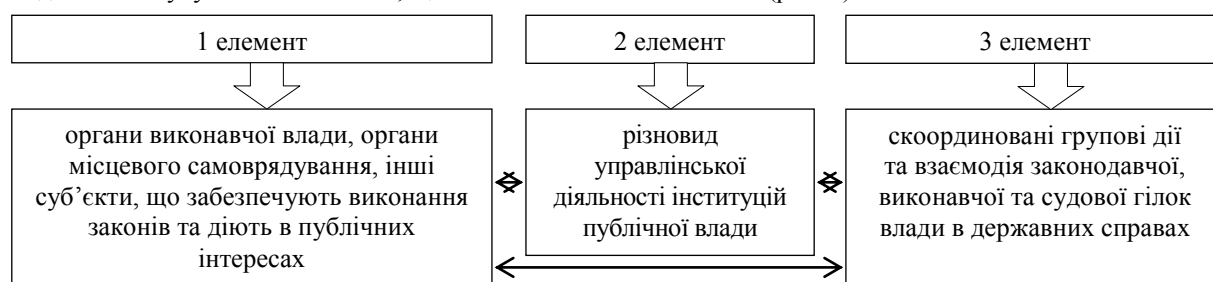


Рис. 2. Елементи публічного адміністрування

Враховуючи особливості публічного адміністрування відповідно до основ державного управління, ми вважаємо, що це скоординовані групові дії інституцій публічної влади, що забезпечують виконання законів та діють в публічних інтересах відповідно до визначених стратегічних цілей.

Класична теорія менеджменту у державному секторі реалізувалася на практиці через модель публічного адміністрування (англ. – public administration), неокласична теорія менеджменту – через модель публічного управління (англ. – public management), сучасна теорія менеджменту – через модель нового публічного управління (англ. – new public management) [17, с. 19].

Публічне адміністрування та публічне управління (англ. – public administration and public government) – два різновиди управлінської діяльності інституцій публічної влади, завдяки якій держава та громадянське суспільство забезпечують самокерованість (самоврядність) усієї суспільної системи та її розвиток у певному, визначеному напрямку. Вони позначають два різні, хоча і взаємно доповнювані та щільно пов'язані між собою види управлінської діяльності. І все ж, відносини публічного управління виникають у ході здійснення не лише адміністрування, а й у процесі публічності всієї державної управлінської діяльності [16, с. 305].

Розглядаючи співвідношення управління і адміністрування слід зазначити, що їх у публічному адмініструванні потрібно розглядати у органічній єдності (табл. 2 [9, с. 10]).

Таблиця 2

Співвідношення визначень «управління» і «адміністрування»

Поняття	Широке розуміння	Вузьке розуміння
Управління	Системи типів відносин і явищ, управління в неживій, живій природі та суспільстві	Технологія організації об'єкта управління задля досягнення мети, визначеної суб'єктом управління
Адміністрування	Адміністративно-державне управління: теорія та практика соціально-політичного менеджменту, політика управління суспільно-економічним життям у чітко структурованому вигляді	Розробка концепцій і вироблення стратегічних цілей, які відповідають певній організаційній політиці

Науковці продовжують сперечатись яке із понять ширше, проте зазвичай до ширшої категорії відносять управління, а адміністрування у публічному управлінні розглядають як функціональну ланку.

Термін «публічне управління» (англ. public management), який замінив термін «публічне адміністрування» (англ. public administration), вперше використав англійський державний службовець Десмонд Кілінг у 1972 р. [21, с. 15]. Аналіз існуючих підходів в науковій літературі щодо визначення поняття «публічне управління» наведено у табл. 3.

Враховуючи твердження наведені у табл. 3, необхідно зазначити, що публічне управління стосується ефективного функціонування всієї системи політичних інституцій. Тому ми вважаємо, що це система управлінських підходів і технологій макро та мезорівня, що забезпечує реалізацію функцій державних інституцій та налагоджує їх взаємодію із суспільством.

У літературі можна знайти багато різних визначень публічного адміністрування та публічного управління. У глосарії Програми розвитку ООН знаходимо твердження про те, що термін «публічне адміністрування» має два тісно пов'язаних значення [16, с. 20]:

1) цілісний державний апарат (політика, правила, процедури, системи, організаційні структури, персонал тощо), який фінансується за рахунок державного бюджету і відповідає за управління і координацію роботи виконавчої гілки влади та її взаємодію з іншими зацікавленими сторонами в державі, суспільстві та зовнішньому середовищі;

2) управління та реалізація різних урядових заходів, що пов'язані з виконанням законів, постанов та рішень уряду та управління, що пов'язане з наданням публічних послуг.

Таблиця 3

Визначення поняття «публічне управління»

Автор, джерело	Визначення поняття
Кілінг Д. [21, с. 15]	це пошук у найкращий спосіб використання ресурсів задля досягнення пріоритетних цілей державної політики
Оболенський О., Мельник А. [11]	зорієнтоване на реалізацію публічних (загальних) інтересів і включає такі складові, як державне управління (суб'єктом є органи державної влади) і громадське управління (суб'єктом є громадські інституції)
Поллітт К. [22, с. 12-13]	може вживатися у щонайменше трьох основних значеннях: діяльність державних службовців і політиків (1), структури і процедури органів державної влади (2), системне вивчення чи то діяльності, чи то структур та процедур (3)
Понкін І. [13, с. 8]	відображає інтегральний системний механізм, підсистемами і елементами якого виступають політичні програмні орієнтири і пріоритети, нормативне регулювання, процедури, фінансовані державою або органами місцевого самоврядування централізовані і децентралізовані організаційно-управлінські структури та їх персонал, що відповідають за адміністрування діяльності у певній галузі суспільних відносин на національному, субнаціональному та місцевому рівнях
Пріфінер Дж., Прістнос Р. [23, с. 3]	це управління організацією та напрямком людських і матеріальних ресурсів для досягнення бажаних цілей
Семенчук Т. [19, с. 388]	взаємодія органів державної влади із суспільством у вигляді реалізації специфічних державних функцій з метою забезпечення соціально-політичного ефекту
Авторське визначення	система управлінських підходів і технологій макро- та мезорівня, що забезпечує реалізацію функцій державних інституцій та налагоджує їх взаємодію із суспільством

Джей М. Шавріц наголошує на тому, що належне публічне управління має бути сфокусоване на забезпеченні спроможності задля досягнення результатів [1]. На практиці, публічне управління включає діяльність, яка забезпечує ефективне функціонування всієї системи органів державної влади і органів місцевого самоврядування та передбачає широке залучення різних зацікавлених сторін до розробки і реалізації державної політики та впровадження системи взаємного контролю. Відповідно до теорії публічного управління діяльність уряду і неприбуткових організацій в деяких важливих питаннях є подібною до діяльності установ приватного сектора.

Таким чином, одні й ті самі управлінські інструменти, що максимізують ефективність та результативність роботи, можуть використовуватися як у приватному, так і у публічному секторах. Саме тому, відповідно до Програми розвитку ООН, роль менеджерів у публічному секторі полягає у тому, щоб «заохочувати працівників, а також представників широкої громадськості та окремих організацій, працювати разом для досягнення результатів, на які вони, можливо, мають незначний безпосередній вплив, зважаючи на децентралізацію влади» [1].

Дійсно, процеси децентралізації швидко змінюють практику управління на різних рівнях, однак науково-методичне забезпечення цих процесів (і особливо їх практична складова) не відповідають запитам сучасності.

Висновки. Враховуючи наведені позиції науковців щодо розуміння термінів «публічне управління» та «публічне адміністрування», доцільно сформулювати загальне бачення стосовно ідентичності, або відмінності наведених понять. Публічне управління є більш масштабною категорією, оскільки формується на системній основі і передбачає управлінське «різноманіття» ідей, поглядів, методів та інструментів. Відповідно, «публічне адміністрування» дещо обмежене колом функціональних обов'язків суб'єктів державних інституцій та має у пріоритеті нормативну складову, що у певних випадках обмежує «управлінську свободу» у рішеннях і діях.

Література

1. Глосарій Програми розвитку ООН [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.unpan.org/Directories/UNPublicAdministrationGlossary/>.
2. Енциклопедія державного управління : у 8 т. Т. 8: Публічне врядування / наук.-ред. кол. : В. С. Загорський [та ін.]. – Львів : ЛРІДУ, НАДУ, 2011. – 712 с.
3. Європеїзація публічного адміністрування в Україні в контексті європейської інтеграції : матеріали наук.-практ. конф. 17 груд. 2009 р., м. Дніпропетровськ / за заг. ред. Л. Л. Прокопенка. – Дніпропетровськ : ДРІДУ НАДУ, 2009. – 224 с.
4. Кілієвич О. Англо-український глосарій термінів і понять з аналізу державної політики та економіки / О. Кілієвич. – К. : Вид-во Соломії Павличко «Основи», 2003. – 510 с.
5. Колесникова К. Співвідношення державного управління та публічного адміністрування у процесі суспільної трансформації [Електронний ресурс] / К. Колесникова // Публічне управління. – Режим доступу : <http://www.kbuara.kharkov.ua/e-book/putp/2013-3/doc/1/06.pdf>.

6. Колпаков В. К. Адміністративно-правові відносини: поняття і види [Електронний ресурс] / В. К. Колпаков // Юридичний науковий електронний журнал. – 2013. – № 1. – Режим доступу : http://www.lsej.org.ua/1_2013/ukr/Kolpakov.pdf.
7. Латинсько-український словар для середніх шкіл / уклад. Ю. Кобилянський. – Відень, 1912.
8. Мартиненко В. М. Демократичне врядування: проблеми теорії та практики / В. М. Мартиненко // Публічне управління: теорія та практика : зб. наук. пр. – Харків : ДокНа-укДержУпр, 2010. – № 1. – С. 16–22.
9. Менеджмент для публічної влади : навч. посіб. / за заг. ред. М. П. Бутка. – Ніжин : ТОВ «Видавництво «Аспект-Поліграф», 2011. – 360 с.
10. Новий тлумачний словник української мови : у 4 т. 42000 слів / уклад. : В. Яременко, О. Сліпущко. – К. : Аконт, 2000. – Т. 3 (О-Р). – 927 с.
11. Оболенський О. Ю. Державне управління: підручник / О. Ю. Оболенський, А. Ф. Мельник // Вища освіта ХХ століття. – К. : Знання, 2009. – 582 с.
12. Обушна Н. І. Публічне управління як нова модель організації державного управління в Україні: теоретичний аспект / Н. І. Обушна // Ефективність державного управління. – 2015. – Вип. 44(1). – С. 53–63. – Режим доступу : http://nbuv.gov.ua/UJRN/efdu_2015_44%281%29_8.
13. Понкин И. В. Общая теория публичного управления. Избранные лекции / И. В. Понкин // Международный институт государственной службы и управления Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации. – М., 2013. – 196 с.
14. Публічне адміністрування в Україні : навч. посіб. / В. Б. Дзюндзюк, О. Б. Коротич, Н. М. Мельтюхова та ін. ; [за заг. ред. В. В. Корженка, Н. М. Мельтюхової]. – Х. : Вид-во ХарПІ НАДУ «Магістр», 2011. – 256 с.
15. Публічне адміністрування : навчальний посібник / О. М. Ястремська, Л. О. Мажник. – Х. : ХНЕУ ім. С. Кузнеця, 2015. – 132 с.
16. Публічне урядування: стан та тенденції становлення в Україні / Н. П. Дяченко // Ефективність державного управління. – 2014. – Вип. 39. – С. 303–309.
17. Публічне управління та адміністрування в умовах інформаційного суспільства: вітчизняний і зарубіжний досвід : монографія / за заг. ред. С. Чернова, В. Воронкової, В. Банаха, О. Сосніна, П. Жукаускаса, Й. Ввайнхардт, Р. Андрюкайтене ; Запоріж. держ. інж. акад. – Запоріжжя : ЗДІА, 2016. – 606 с..
18. Рейни Х. Дж. Анализ и управление в государственных организациях / Х. Дж. Рейни ; пер. с англ. – 2-е изд. – М. : ИНФРА-М, 2002. – 402 с.
19. Семенчук Т. Б. Сутність категорії «публічне адміністрування» та передумови її формування / Т. Б. Семенчук // Вісник економіки транспорту і промисловості : зб. наук.- практ. ст. – Х. : УДАЗТ, 2013. – Вип. 42. – С. 385–390.
20. Словник іншомовних слів / за ред. чл.-кор. АН УРСР О. С. Мельничука. – К., 1977.
21. Keeling D. Management in Government / D. Keeling. – London: Allen & Unwin, 1972.
22. Pollitt C. Public Management Reform: A Comparative Analysis / C. Pollitt, G. Bouckaert. – Oxford : University Press, 2004. – 240 p.
23. Pfifner J. M. Public Administration / J. M. Pfifner, R. Presthus. – New York : The Ronald Press Co., 1960. – P. 3.

References

1. Hlosarii Prohramy rozvytku OON [Elektronnyi resurs]. – Rezhym dostupu : <http://www.unpan.org/Directories/UNPublicAdministrationGlossary/>.
2. Entsyklopediia derzhavnoho upravlinnia : u 8 t. T. 8: Publichne vriaduvannia / nauk.-red. kol. : V.S. Zahorskyi [ta in.]. – Lviv : LRIDU, NADU, 2011. – 712 s.
3. Ievropeizatsiia publicnogo administruvannia v Ukraini v konteksti yevropeiskoi intehratsii : materialy nauk.-prakt. konf. 17 hrud. 2009 r., m. Dnipropetrovsk / za zah. red. L. L. Prokopenka. – Dnipropetrovsk : DRIDU NADU, 2009. – 224 s.
4. Kiliievych O. Anhlo-ukrainskyi hlosarii terminiv i poniat z analizu derzhavnoi polityky ta ekonomiky / O. Kiliievych. – K. : Vyd-vo Solomii Pavlychko «Osnovy», 2003. – 510 s.
5. Kolesnykova K. Spivvidnoshennia derzhavnoho upravlinnia ta publicnogo administruvannia u protsesi suspilnoi transformatsii [Elektronnyi resurs] / K. Kolesnykova // Publichne upravlinnia. – Rezhym dostupu : <http://www.kbuapa.kharkov.ua/e-book/putp/2013-3/doc/1/06.pdf>.
6. Kolpakov V. K. Administratyvno-pravovi vidnosyny: poniattia i vydy [Elektronnyi resurs] / V. K. Kolpakov // Yurydychni naukovyi elektronnyi zhurnal. – 2013. – № 1. – Rezhym dostupu : http://www.lsej.org.ua/1_2013/ukr/Kolpakov.pdf.
7. Latynsko-ukrainskyi slovar dlia serednikh shkil / uklad. Yu. Kobylanskyi. – Viden, 1912.
8. Martynenko V. M. Demokratychnе vriaduvannia: problemy teorii ta praktyky / V. M. Martynenko // Publichne upravlinnia: teoriia ta praktyka : zb. nauk. pr. – Kharkiv : DokNa-ukDerzhUpr, 2010. – № 1. – S. 16–22.
9. Menedzhment dlia publichnoi vlady : navch. posib. / za zah. red. M. P. Butka. – Nizhyn : TOV «Vydavnytstvo «Aspekt- Polihraf», 2011. – 360 s.
10. Novyi tлумачnyi slovnyk ukrainskoi movy : u 4 t. 42000 sliv / uklad. : V. Yaremenko, O. Slipushko. – K. : Akonit, 2000. – T. 3 (O-R). – 927 s.
11. Obolenskyi O. Yu. Derzhavne upravlinnia: pidruchnyk / O. Yu. Obolenskyi, A. F. Melnyk // Vyscha osvita XX stolittia. – K. : Znannia, 2009. – 582 s.
12. Obushna N. I. Publichne upravlinnia yak nova model orhanizatsii derzhavnoho upravlinnia v Ukraini: teoretychnyi aspekt / N. I. Obushna // Efektyvnist derzhavnoho upravlinnia. – 2015. – Vyp. 44(1). – S. 53–63. – Rezhym dostupu : http://nbuv.gov.ua/UJRN/efdu_2015_44%281%29_8.
13. Ponkin I. V. Obschaya teoriya publichnogo upravleniya. Izbrannyie lektsii / I. V. Ponkin // Mejdunarodnyiy institut gosudarstvennoy slujbyi i upravleniya Rossiyskoy akademii narodnogo hozyaystva i gosudarstvennoy slujbyi pri Prezidente Rossiyskoy Federatsii. – M., 2013. – 196 s.

14. Publichne administruvannia v Ukraini : navch. posib. / V. B. Dziundziuk, O. B. Korotych, N. M. Meltiukhova ta in. ; [za zah. red. V. V. Korzhenka, N. M. Meltiukhovo]. – Kh. : Vyd-vo KharRI NADU «Mahistr», 2011. – 256 s.
15. Publichne administruvannia : navchalnyi posibnyk / O. M. Yastremska, L. O. Mazhnyk. – Kh. : KhNEU im. S. Kuznetsia, 2015. – 132 s.
16. Publichne uriaduvannia: stan ta tendentsii stanovlennia v Ukraini / N. P. Diachenko // Efektyvnist derzhavnoho upravlinnia. – 2014. – Vyp. 39. – S. 303–309.
17. Publichne upravlinnia ta administruvannia v umovakh informatsiinoho suspilstva: vitchyzniani i zarubizhnyi dosvid : monohrafiia / za zah. red. S. Chernova, V. Voronkovo, V. Banakha, O. Sosnina, P. Zhukauskasa, Y. Vvainkhardt, R. Andriukaitene ; Zaporiz. derzh. inzh. akad. – Zaporizhzhia : ZDIA, 2016. – 606 s.
18. Reyni H. Dj. Analiz i upravlenie v gosudarstvennykh organizatsiyah / H. Dj. Reyni ; per. s angl. – 2-e izd. – M. : INFRA-M, 2002. – 402 s.
19. Semenchuk T. B. Sutnist katehorii «publichne administruvannia» ta peredumovy yii formuvannia / T. B. Semenchuk // Visnyk ekonomiky transportu i promyslovosti : zb. nauk.- prakt. st. – Kh. : UDAZT, 2013. – Vyp. 42. – S. 385–390.
20. Slovnyk inshomovnykh sliv / za red. chl.-kor. AN URSR O.S. Melnychuka. – K., 1977.
21. Keeling D. Management in Government / D. Keeling. – London: Allen & Unwin, 1972.
22. Pollitt C. Public Management Reform: A Comparative Analysis / C. Pollitt, G. Bouckaert. – Oxford : University Press, 2004. – 240 p.
23. Rfifiner J. M. Public Administration / J. M. Rfifiner, R. Presthus. – New York : The Ronald Press Co., 1960. – P. 3.

Рецензія/Peer review : 15.05.2018

Надрукована/Printed : 06.06.2018

Рецензент: д. е. н., проф. Ковальчук С. В.

УДК 339.54(477):338.45

СИТНИК Л. С.,
СТУПІНА Г. О.

Донецький національний університет імені Василя Стуса, м. Вінниця

ТОРГОВЕЛЬНА ПОЛІТИКА ДЕРЖАВИ І ОПТИМІЗАЦІЯ СТРУКТУРИ ВИРОБНИЦТВА ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ

Акцентовано увагу на необхідності здійснення політики реалізації національних економічних інтересів, збереження національних рис формування та розвитку господарського середовища, а також використання маржинального доходу в обґрунтуванні структури виробництва промислових підприємств. Розглянуто наслідки приєднання України до зони вільної міжнародної торгівлі і реконструктивний розвиток національної економіки як умови подолання внутрішніх проблем країни. Обґрунтовано критерій прийняття рішень про зміну структури товарної продукції промислових підприємств в умовах дефіциту ресурсів, при спаді виробництва, відсутності достатньої кількості замовлень і виробництві виробів за ціною нижче собівартості.

Ключові слова: міжнародна торговельна політика, реконструктивний розвиток національної економіки, господарське середовище, маржинальний прибуток, оптимізація структури виробництва.

SYTNYK L.,
STUPINA G.

Vasyl' Stus Donetsk National University, Vinnytsia

TRADE POLICY OF THE STATE AND OPTIMIZATION OF THE INDUSTRIAL ENTERPRISES PRODUCTION STRUCTURE

In the article the attention is focused on the need of implementation and realization of national economic interests policy, preserving national lines of forming and development of the economic environment and also use of marginal income in case of reasoning the production structure of industrial enterprises. Consequences of accession of Ukraine to a zone of free international trade (bankruptcy of enterprises, deindustrialization, rising unemployment, social conflicts) and reconstructive development of national economy as conditions of overcoming internal problems of the state are considered. Reconstructive the economy of Ukraine means changing all its supporting structures, restore its own identity, implementation of features and benefits. The marginal profit as a decision-making criterion to change the products structure of industrial enterprises in the conditions of resource shortage, in case of output gap, in the absence of enough orders and production of products in cutthroat competition is proved. Overcoming problems of national economy development should not be the pure economic approaches, but the economic approaches that is giving a priority to reliability of the state's economic life reproduction. It is necessary to correct foreign economic relations according to national interests.

Keywords: the international trade policy, reconstructive development of national economy, the economic environment, a marginal profit, optimization of production structure.

Постановка проблеми. У сучасному геополітичному просторі важливим питанням для України є створення умов для збалансованої зовнішньої торгівлі і розвитку національної економіки.

На початку 1990-х років трансформація адміністративно-командної економіки в переважно ринкову для індустріально розвинутої країни, якою була Україна і входила в першу десятку найсильніших країн світу, але мала продуктивність праці нижчу ніж в ЄС та вищу енергоємність, приєднання до зони вільної торгівлі спричинили банкрутства багатьох підприємств, зростання безробіття, соціальні конфлікти. Багато людей страшать зміни, лякають псевдоформи, незвичне майнове розшарування населення, відсутність гарантованої роботи, необхідність проявляти ініціативу, перемагати у конкуренції. Реальні труднощі виявилися значно складнішими і двозначними, ніж поверхність подій. Страх правлячої коаліції втратити владу і прагнення зберегти владну монополію, спротив місцевих еліт, зацікавлених у збереженні контролю над національними і регіональними ресурсами, зовнішні і внутрішні деструктивні сили, що чинять опір краху централізованої бюрократичної моделі управління економікою, унеможливають проведення реформ для покращення життя населення.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Провідні вчені економісти – В.М. Гець, А.А. Гриценко, Ю.В. Кіндзерський – поставили завдання долучитися до пошуку відповідей на глобальні зміни у світі, що створить можливість для реалізації національних економічних інтересів [1–3].

Актуальним для України є економічна теорія, згідно з якою «економіка кожної країни має власну специфіку, зумовлену всією історією її розвитку, національно-культурною спадщиною, особливостями менталітету населення і географічним положенням» (система поглядів історичної школи, започаткованої Ф. Лістом) [4, с. 39].

Мета статті – акцентувати увагу на необхідності здійснення політики реалізації національних економічних інтересів, збереження національних рис формування та розвитку господарського середовища, а також використання маржинального доходу в обґрунтуванні структури виробництва підприємств.

Виклад основного матеріалу дослідження. Політика вільної торгівлі зруйнувала виробничий базис США та економічну захищеність мільйонів американців. Торговельна політика останньої чверті минулого століття збанкрутіла і економічно, і політично [5, с. 17].

Наслідки політики вільної торгівлі виявились катастрофічними і для України. За чверть століття економіка не змогла відновитися до рівня 1990 р. У промисловому секторі відбувається деіндустріалізація, скорочується випуск і зайнятість, деградує технологічна, виробнича та організаційна структура.

Обсяги промислового виробництва в Україні не тільки скоротилися за 25 років, склавши (без урахування тіншового сектору) у 2016 р. 72% від рівня 1990 р., але зазнали деструктивних структурних змін: збільшилося структурне безробіття внаслідок фізичного знищення і ліквідації тисяч переробних підприємств (у тому числі високотехнологічних).

Відбувається розвал фінансової системи, масовий вивіз капіталів в офшорні зони, відтік за кордон інтелектуального потенціалу країни, поглиблення десоціалізації людини, соціальний регрес.

Світовий досвід доводить, якщо країна має нижчий рівень економічного розвитку та нижчу продуктивність праці, ніж розвинуті країни і відкриває свої кордони для іноземної продукції, то «підє з такою швидкістю під уклїн, що навіть нічого спіймати не вдасться», як стверджував австрійський економіст Маше-Суниця ще у 1990 р.

Порівняльні переваги такої країни концентруються на сировинній продукції. Україна неухильно перетворюється на сировинний придаток економічно розвинутих держав, структурно деградує і збільшуючи зовнішні борги [2, с. 44].

Практично доведено, що країна багата ні «світлим майбутнім», ні зброєю (Україна займає 6 місце у світі по торгівлі зброєю), а реальним добробутом свого народу. Добробут не створюється жодною партією як суспільною силою, а тільки якісними робітниками, талановитими підприємцями, які спроможні організувати високоєфективний виробничий процес, економістами, фінансистами, юристами. Від лозунгів найкращих, які захоплюють уми і серця, життя краще не стане, як і від клятвених обіцянок і твердих запевнень: «ми повинні», «нам потрібно», «з нами народ». Це все казки, під які підприємливі ділки від комерції роблять гроші. Вони утримують себе – народ утримує партії. В Україні економічне реформування перебуває під впливом значного спаду виробництва, інфляції, зникнення промислового виробництва як такого. Згідно із статистикою ЮНКТАД, до кінця 2014 року валова додана вартість промисловості у країнах, що розвиваються, зросла у 3,5 рази від рівня 1990 р., у розвинутих країнах – в 1,9 рази, а у країнах з перехідною економікою – з 4,4 % до 3,8 % [3, с. 49].

Коли підприємства знищуються, то зникають необхідні товари, які заміщуються імпортом, зменшуються податкові відрахування, видатки з бюджету на державні сектори (охорону здоров'я, освіту та ін.).

Якщо придбається імпортований товар, то витрата покупця стає доходом іноземного виробника і частина вартості стає втраченою для національної економіки, цю втрату потрібно компенсувати експортом, або вона стане частиною дефіциту торговельного балансу, який є основою для девальвації національної валюти.

Тому всі базові товари, споживання яких забезпечує нормальну життєдіяльність людей, мають вироблятися національними економіками, навіть якщо витрати будуть вищими ніж у зарубіжних транснаціональних корпораціях. Перевагу слід надавати цілісності відтворення господарського життя країни. Міжнародна торгівля повинна не підривати основи національних господарських комплексів, а доповнювати їх. Уряд України повинен забезпечити рівні конкурентні умови (за допомогою тарифних і нетарифних інструментів) для національних виробників і зовнішньоекономічних партнерів з невеликою перевагою для перших. Адже створення значно вигідніших умов призведе до поступового зниження конкурентоспроможності, а не вигідні умови – до їхнього банкрутства. Методологічною базою такої роботи уряду є концепція реконструктивного розвитку економіки, яка означає зміну її несучих конструкцій, відновлення власної ідентичності, самості та суб'єктивності, реалізацію сутнісних особливостей і переваг України в усіх аспектах (географічному, природному, господарському, історичному, ментальному). Якісна перебудова несучих конструкцій економіки, зміна її структури досягається як при економічному зростанні, так і при нульових, та навіть від'ємних темпах зростання економіки. Ключові характеристики, особливості, відмінні риси реконструктивного розвитку національної економіки наведено у науковому доробку А.А. Гриценка [2].

Основним критерієм оптимізації структури виробництва з точки зору оптимізації прибутку є величина питомого маржинального доходу з урахуванням обмежень, таких як виробничі потужності підприємства, ємність ринку, людські ресурси за фахом, матеріальні ресурси, часові обмеження.

Перевага надається виробництву продукції, яка забезпечує високий питомий маржинальний дохід на одиницю продукції. Приріст маси прибутку є критерієм при прийнятті рішень про зміну структури випуску. Однак в умовах дефіциту ресурсів найбільшу масу прибутку забезпечує орієнтація на випуск продукції з найвищою рентабельністю на одиницю ресурсу, а не на випуск продукції з найбільшим питомим прибутком.

Максимізація прибутку з урахуванням людського капіталу, сировинних ресурсів і обладнання має однакову схему. Відмінністю є урахування маржинального доходу у розрахунку на людину-годину, машину-годину та ін.

При прийнятті рішення про відмову від виробництва виробів з найменшою величиною питомого маржинального доходу треба співставити втрати підприємства з вирашем від виробництва інших виробів, тобто від зміни у випуску продукції.

Проблемою є обґрунтування методу розподілу постійних витрат підприємства. Різні методи призводять до протилежних висновків. При великому асортименті продукції і незначних відмінностях питомої ваги кожного виду у виручці від реалізації всього випуску такі протилежності непомітні. Але при значних відмінностях частки товарів у виручці виникають значні похибки. Тому слід аналізувати не один варіант розподілу постійних витрат, а проводити поглиблений операційний аналіз з визначенням питомого

маржинального доходу по кожному виду виробів з визначенням найбільш прибуткових.

Співвідношення постійних і змінних витрат враховується при визначенні ціни реалізації, у тому числі ціни нижче собівартості продукції у базовому періоді. Підприємство може отримати прибуток, якщо умовно-постійні витрати в собівартості одиниці продукції перевищують різницю між ціною і собівартістю. Втрати від реалізації продукції нижче собівартості перекриваються економією на умовно-постійних витратах.

$$Y_{ni}^{\delta} > C_i^{\delta} - C_i^{\delta} \quad (1)$$

де Y_{ni}^{δ} , C_i^{δ} , C_i^{δ} – ціна, собівартість, умовно-постійні витрати в собівартості одиниці продукції в базовому періоді. Економія на умовно-постійних витратах відбивається на величині фактичної собівартості, і реально ціна реалізації буде перевищувати собівартість поточного періоду.

На практиці при спаді виробництва, коли підприємство не змогло сформувати портфель замовлень, а виробничі потужності використовуються не повністю, виникає потреба прийняти рішення про виробництво виробів за ціною нижче собівартості у базовому періоді. Позитивне рішення приймається у випадку, якщо додаткове замовлення має гарантовану оплату і покриває усі змінні і додаткові постійні витрати на виробництво таких виробів, а також частина загальних постійних витрат підприємства. При цьому знижується доля постійних витрат на одиницю прибуткової продукції підприємства, що сприяє збільшенню загального розміру прибутку. Додаткове замовлення може зменшити собівартість продукції за рахунок збільшення обсягів виробництва і замість збитку отримати прибуток.

Однак кінцевий висновок про економічну виправданість замовлення на випуск продукції нижче собівартості приймається після проведення техніко-економічних розрахунків.

Поточне планування передбачає контроль виконання заходів з антикризового управління та оцінку результатів господарської діяльності підприємства, оцінку виконання плану з асортименту продукції, яка означає збереження у фактичному випуску продукції планових співвідношень окремих видів продукції.

Зміна структури випуску впливає на виторг, матеріалосміність, собівартість товарної продукції, прибуток, рентабельність. Цей вплив виявляють методом ланцюгових підстановок, який виключає вплив усіх факторів, крім структури продукції. Розрахунок проводять за схемою:

1. Випуск продукції за умови збереження планової структури питомої ваги кожного виду продукції в загальному обсязі товарної продукції та у планових цінах.

2. Фактичний випуск продукції у планових цінах.

3. Зміна обсягу виробництва за рахунок зміни структури випуску продукції.

Зниження питомої ваги високорентабельної продукції, невиконання плану по асортименту призводять до зниження розміру прибутку і рентабельності підприємства.

Висновки. Враховуючи ситуацію, що склалась, відповіддю України на загострення суперечностей має бути відновлення пріоритетності збереження національних відтворювальних комплексів навіть за рахунок часткової втрати ефективності. Потрібно відстоювати національні традиційні цінності відповідно до поглядів історичної школи в економічній теорії. У теоретичній системі українського ученого-економіста М. Туган-Барановського важливу роль відведено історико-культурним детермінантам форм економічного життя та соціальним чинникам господарського розвитку.

Формування структури виробництва – важлива умова ефективного управління процесом формування фінансових результатів підприємства. Мета оптимізації структури виробництва – максимізація прибутку у прогностичному періоді в умовах дефіциту ресурсів при спаді виробництва, за відсутності достатньої кількості замовлень та виробництві виробів за ціною нижче собівартості.

Література

1. Геєць В.М. Чому знов настав час починати спочатку? / В.М. Геєць // Економіка України. – 2017. – № 5-6. – С. 31–38.
2. Гриценко А.А. Логіко-історичні засади кардинальних економічних змін і переходу до реконструктивного розвитку / А.А. Гриценко // Економіка України. – 2017. – № 5-6. – С. 39–57.
3. Кіндзерський Ю.В. Деіндустріалізація та її детермінанти у світі та в Україні / Ю.В. Кіндзерський // Економіка України. – 2017. – № 11 (672). – С. 48–72.
4. Механик А. «Иное» всё-таки дано / А. Механик // Эксперт. – 2017. – № 7 (1017). – С. 39–40.
5. Фокс Дж. Торговельна політика США – час почати спочатку / Дж. Фокс // Економіка України. – 2017. – № 5-6. – С. 17.

References

1. Heyets V.M. Why is it time to start over again? // Economy of Ukraine. – 2017. – № 5-6. – pp. 31–38.
2. Grytsenko A.A. Logical and historical bases of cardinal economic changes and transition to reconstructive development // Economy of Ukraine. – 2017. – № 5-6. – pp. 39–57.
3. Kindzerskyi Yu. V. Deindustrialization and its determinants in the world and in Ukraine // Economy of Ukraine. – 2017. – № 11. – pp. 48–72.
4. Mechanic A. «Inoe» vse taki dano [«Other» is still given] // Expert. – 2017. – №. 7 (1017). – pp. 39–40.
5. Faux J. U.S. trade policy – time to start over // Economy of Ukraine. – 2017. – № 5-6. – pp. 4–15.

Рецензія/Peer review : 05.05.2018

Надрукована/Printed : 01.06.2018

Рецензент: д. е. н., проф. Гончар О. І.

УДК 330.43.658.14

ХРИСТІАНОВСЬКИЙ В. В.

Донецький національний університет ім. В. Стуса, Вінниця

ЕВОЛЮЦІЙНА МОДЕЛЬ ВЗАЄМОЗВ'ЯЗКУ ІНФОРМАЦІЙНИХ ПОТОКІВ В КОЛЕКТИВІ ПРАЦІВНИКІВ ФІРМИ

У роботі пропонується новий підхід до аналізу обміну інформаційними потоками в колективі працівників під час функціонування промислових підприємств. Для цього використовуються методи «м'якого моделювання», які знаходять широке застосування в сучасних соціологічних дослідженнях. У методах «м'якого моделювання» моделі будуються з урахуванням якісних закономірностей, тенденцій і висловлених правдоподібних гіпотез. Такий підхід дозволяє побудувати більш просту модель, але таку, яка відображає ключові моменти досліджуваного явища.

Ключові слова: інформаційні потоки, методи «м'якого моделювання», функціонування промислових підприємств, соціальні системи, математичні моделі.

KHRISNIANOVSKIY V.

V. Stus Donetsk National University, Vinnytsia

EVOLUTIONARY MODEL OF THE INTERCONNECTION OF INFORMATION FLOWS IN A TEAM OF EMPLOYEES

The paper suggests a new approach to the analysis of the exchange of information flows in the collective of workers in the operation of industrial enterprises. For this, the methods of "soft modelling, which are widely used in modern sociological research, are used. In the "soft modelling" methods, models are constructed taking into account the qualitative laws, trends and stated plausible hypotheses. This approach allows us to construct a simpler model, but one that reflects the key moments of the phenomenon under investigation.

Key words: information flows, methods of "soft modelling", functioning of industrial enterprises, social systems, mathematical models.

Світ стоїть на порозі інформаційного буму. Стійке функціонування і розвиток промислових підприємств, фірм та соціальних груп неможливо уявити без глибокого проникнення в суть досліджуваної проблеми обміну інформацією учасників виробничих відносин.

Економіка України функціонує в умовах ускладнення і зростання невизначеності зовнішнього середовища, що викликає негативні зміни в менталітеті основних учасників виробничих відносин. Підприємства змушені приділяти увагу ланцюжку проблем, які викликані негативними явищами, а з цим зростає необхідність вивчення інформованості всіх учасників виробничого процесу та колективу в цілому про результати своєї праці. Особливу увагу в даний час необхідно приділяти інформаційному управлінню в окремих соціальних групах. С.Лем в книзі «Сума технологій» висловив дуже істотну в даний час думку, що для подальшого розвитку нації необхідно ефективніше працювати з інформацією.

В даний час стало ясно, що традиційних підходів до моделювання функціонування технологічних і соціальних структур, які дозволяють здійснювати прогноз розвитку і динаміки промислових і соціальних процесів, стало недостатньо, тому що вони не враховують інформаційний людський фактор. У таких ситуаціях ключову роль почала відігравати інформаційна взаємодія учасників виробничих відносин. Діяльність, пов'язана з виробництвом, розповсюдженням, обробкою інформації з управління виробничими процесами стала найважливішим напрямком подальшого розвитку в економіці.

Різно зростає роль обміну інформаційними ресурсами в управлінні. Виникає необхідність мати однодумців виробничого процесу, що виражається в згуртованості колективу працівників, різних за ієрархічним рівнем виробничого підпорядкування. Чим більше згуртований колектив, тим більше працездатним він є, а це призводить до різкого зростання ефективності праці як окремого працівника, так і всього колективу підприємства.

У зв'язку з цим зростає значення інформаційних потоків, якими обмінюються учасники виробничих відносин. Стрімкий розвиток інформаційної інфраструктури істотно змінив і відносини між робітниками, службовцями, ІТП і іншими учасниками виробничого процесу. Інформація дає великі можливості впливати на громадську думку і на ставлення людини до праці. Розуміння механізму впливу інформації на працівників виробничого процесу, її структурування дає можливість якісно управляти як окремими соціальними групами працівників підприємств, так і колективом підприємств в цілому. Ця проблема стає однією з найважливіших завдань найближчого майбутнього, а створення бази для розвитку цього напрямку в управлінні виробничими і соціальними структурами є найважливішим завданням вже зараз.

Поняття інформації в наукових дослідженнях вперше з'явилося в роботах К. Шеннона [1]. Однак дуже швидко стало зрозуміло, що тільки кількісний підхід до такого явища не дозволяє вирішувати безліч завдань, до яких інформація має безпосереднє відношення. Поштовх до подальшого розвитку і уточнення цього поняття дала нелінійна динаміка [2]. В роботі [3] зібрана велика кількість різних визначень цього поняття, які, в основному, пов'язані з приватними моделями вирішення різних завдань, що підтверджує багатогранність і істотність цього поняття.

В цій статті ми будемо розглядати інформацію як деякий ресурс, здатний впливати на поведінку працівника підприємства і змінювати його поведінку і місце у виробничому процесі. Прикладом такого інформаційного впливу на працівника є його кваліфікація, яка змінюється від кількості інформації, отриманої в цій якості. Під інформаційним процесом будемо мати на увазі процес обміну інформацією між працівниками, яку вони одержують або всередині виробничого процесу, або ззовні.

В процесі моделювання проблеми обміну інформацією працівників підприємства, пов'язаних з виробничим процесом, необхідно враховувати наступні аспекти:

- вплив інформаційних потоків на соціальне середовище працівників, взагалі кажучи, непрофесіоналів, які здатні впливати на досліджуваний процес. Це інформація зовнішнього впливу опосередкованого значення;

- обмін інформацією в середовищі працівників фірми. Це інформація внутрішнього впливу;

- витік, втрата, старіння інформації в групах учасників виробничого процесу;

- особливості поведінки працівників виробничого процесу в разі отримання неповної, неточної або спотвореної інформації;

- особливості процесів кооперації і конфліктності з урахуванням інформаційних потоків;

Інформація керуючого впливу з боку вищих інстанцій. Це інформація зовнішнього впливу.

Інформаційні потоки суттєво впливають на соціальне середовище працівників. Багато робіт [4, 5] присвячені моделюванню ситуації, яка описує вплив зовнішньої інформації на людську діяльність і можливі шляхи обміну такою інформацією між окремими елементами такого середовища.

Дуже важливу роль відіграє аналіз ситуації, що описує вплив внутрішньої інформації на людську діяльність. Можливі шляхи розвитку такої діяльності набувають особливої актуальності. Наявність параметрів порядку в таких системах дозволяє розглядати задачі моделювання соціальних і психологічних явищ в рамках синергетичної парадигми [6, 7].

Застосування методів нелінійної динаміки, загального синергетичного підходу для опису інформаційної взаємодії між працівниками підприємств відкрило можливість використання в розрахунках методів м'якого моделювання. Рішення таких завдань дозволяє проаналізувати в динаміці тенденції індивідуальних особливостей при інформаційній взаємодії учасників виробничих відносин. Складність побудови таких моделей полягає в тому, що в них необхідно враховувати правила поведінки кожного елемента як між собою, так і в системі в цілому, яку вони утворюють. Труднощі моделювання інформаційних взаємодій пов'язані з тим, що необхідно враховувати фізіологічні показники такої якості, як мотивація, досвід працівника, обсяг кількості зв'язків і т.д. Для цього використовуються досить стабільні і певні метрики і шкали [8].

При побудові моделей інформаційної взаємодії між окремими суб'єктами виробничих відносин методами м'якого моделювання необхідно враховувати такі аспекти відносин між людьми як ранг (рівень значущості елемента в системі), швидкість реакції або гнучкість поведінки, які залежать від віку, кількість інформації, яку може обробити одна людина, внутрішню дисипативність елемента системи, працездатність, скритність і т.д.

Опишемо коротко концептуальний підхід інформаційної взаємодії в моделях м'якого моделювання, який представляється в такий спосіб. Система складається з взаємодіючих елементів, кожен з яких характеризується величиною свого інформаційного ресурсу, кількістю і спрямованістю зв'язків з іншими елементами системи, рангом елемента в системі і його дисипацією. Взаємодія елементів полягає у взаємному обміні абстрактним ресурсом (інформацією), який може бути як внутрішнім, так і зовнішнім. Розвиток системи розглядається в часі або покроково, і на кожному кроці елементи системи отримують і обробляють інформаційний ресурс. Щільність ймовірності одержуваного ресурсу передбачається постійною. Всі оброблювані значення параметрів є відносними. Максимальні значення нормуються, а самі значення параметрів беруться як цілі числа.

Моделі м'якого моделювання займають середнє місце між нейронними мережами і клітинними автоматами. Однак в пропонованому підході побудови м'якої моделі є суттєва відмінність. Кожен елемент може змінювати свій ранг в залежності від кількості отриманої і обробленої інформації. Від цього змінюється і структура самої системи.

Елементи в системі відрізняються один від одного набором індивідуальних відмінностей, які визначені в просторі трьох характеристик, пов'язаних з кількістю витраченого ресурсу. Тоді елемент $X(S, Z, P)$ представляє внутрішню структуру системи, що характеризується трьома ознаками, кожна з яких може змінюватися по мірі розкиду значень по ним. За цими ознаками визначається різноманітність елементів всередині системи. Елементи відрізняються один від одного наявністю певних ознак і беруть на себе різні функції своєрідної диференціації.

Можна навести такий приклад трактування ознак елемента системи $X(SZP)$.

Ознака S визначає ранг (рівень) елемента по відношенню до проблеми керованості в системі. В основному розглядаються виробничі системи, що складаються з трьох рангів, тобто ознака S приймає значення 1,2,3. Перший ранг елемента означає найнижчий рівень (наприклад, працівник за певною спеціальністю – робочий). Якщо $S = 2$, то це ознака майстра з виконання конкретної роботи, а якщо $S = 3$, то

це ознака організатора робіт, тобто виконроба. Ранг елемента може змінюватися з часом, виходячи з кількості отриманої ним інформації, від зміни мети системи, або від оточення.

Ознака Z визначає кількість інформаційних потоків (зв'язків), що входять в елемент і виходять з нього на кожному кроці. Потік може бути як зовнішнім так і внутрішнім і залежить від ефективної внутрішньої організації системи. Внутрішній потік визначається зв'язком елемента з іншими йому подібними на одному рівні. Зовнішній потік визначає зв'язок елемента з другими елементами більш вищого рівня. Зовнішній потік є обов'язковим для елемента за прийняттям інформації до відома.

Третя ознака елемента (ознака P) визначає величину дисипації інформаційного ресурсу в системі. Дисипація ресурсу елемента в системі представляє собою ресурс, витрачений на інформаційне забезпечення самого елемента, включаючи втрати і старіння інформації.

Ознака P визначає ступінь ефективності використання інформаційних ресурсів елементом системи. Ресурс, який характеризує елемент, може використовуватися як для підтримки функціонування самого елемента, так і на обмін цією інформацією з іншими елементами. Ознака P може відображати в деяких системах ступінь старіння ресурсу в часі. У цьому випадку він позначається як $P(t)$. За аналогією з наукометриєю ця ознака може означати ступінь напіврозпаду інформації, якою володіє елемент, після чого вона стає застарілою.

Елементи в системі повинні бути обов'язково пов'язані. Вони повинні бути пов'язані один з одним як по вертикалі, так і по горизонталі. Кількість зв'язків елемента визначається кількістю інформаційних потоків, які в свою чергу залежать як від віддаленості елементів один від одного за рангом, (за розміром ознаки це так звана фізична віддаленість), так і за психологічною цінністю (здатністю елемента відновлювати і підтримувати зв'язок).

З описаного вище випливає, що кожен елемент системи може представлятися точкою в тривимірному просторі з осями по S , Z , P . Простір станів елементів являє собою одиничний куб, а кожен елемент може бути представлений точкою в цьому кубі. Зв'язки між елементами представляються відрізком, що з'єднує ці точки.

Еволюційний розвиток інформаційної взаємодії мається на увазі як перехід системи від стану до стану (покроково, або в часі) з максимізацією корисності отриманої інформації для всієї системи (збільшення її кількості).

Досліджувана система складається з набору взаємодіючих між собою елементів $X(S, Z, P)$. Кожен елемент характеризується величиною наявного у нього абстрактного ресурсу, набором внутрішніх параметрів S, Z, P , які однакові за змістом, але відрізняються за величиною залежно від рангу.

Функціонування системи відбувається у взаємодії елементів з обміну ресурсами (інформацією). Ефективність використання ресурсів залежить від близькості елементів по виділеним параметрам в просторі внутрішніх характеристик елементів системи. Чим ближче індивідуальні характеристики елементів системи, тим ефективніше вони взаємодіють між собою і більш ефективно функціонує вся система.

Для спрощення рішення задачі необхідно вважати, що на кожному кроці кількість внутрішніх характеристик елементів не змінюється, а ймовірність отримання ресурсу ззовні передбачається постійною. Надалі можна вважати, що елементи системи можуть змінювати як структуру зв'язків, так і свій ранг на кожному кроці, проте таке завдання буде багато в чому складніше.

Правило переходу системи від одного стану до іншого здійснюється в напрямку максимізації корисності встановлення зв'язку, а корисність визначається ступенем схожості елементів за обраними ознаками. Залежно від корисності обраних зв'язків елемент може отримувати і кількість ресурсу.

Примітка: під час розв'язання задачі необхідно використовувати всю інформацію в відносних величинах.

Таким чином, з розглянутої концептуальної постановки представленої моделі "м'якого моделювання" видно, що завдання може бути поставлено в різних варіантах: дискретному і безперервному. Підбірка методів для вирішення в цьому випадку буде різна. В якості цільової функції, яка визначає еволюцію системи, можна розглядати кількість ресурсу (відсоток), який елемент може розподіляти по встановленим зв'язкам. Звідси виходить, що з плином часу деякі елементи можуть повністю використати наявний у них ресурс на дисипацію і такий елемент можна вивести з системи. Можна розглядати і таку ситуацію, коли кількість ресурсу, яку елемент отримав в процесі обміну, стає більшою за відведену для нього норму і елемент може перейти на новий рівень в системі, змінивши свій ранг, а також і відсоток важливості його інформації для інших елементів. Структура системи в цьому випадку змінюється.

Якщо всі учасники системи повністю задовольняють свої внутрішні інформаційні потреби, які пояснюються величиною дисипації елемента, то це означає, що інформаційний ресурс всіх елементів знаходиться на максимумі і спостерігається в подальшому процес самоорганізації елементів системи. Це означає, що всі елементи системи в процесі обміну інформацією отримують її в достатній для управління кількості і така система має оптимальне керування.

На закінчення можна вказати деякі напрямки подальшого розвитку такого класу моделей:

- моделі із змінною кількістю інформації в кожному елементі в часі;
- моделі з можливістю переходу елемента на новий рівень управління або повним виходом елемента із системи;

- моделі зі змінними в часі параметрами елементів системи.

Від складності поставленого завдання змінюються і підходи до методів його рішення.

Література

1. Шеннон К. Роботи по теорії інформації і кібернетики / Шеннон К. – М. і Л., 1963.
2. Хакен Г. Інформація і самоорганізація. Макроскопічний підхід до складних систем / Хакен Г. – М., Мир, 1991.
3. Налімов В.В. Імовірнісна модель мови / Налімов В.В. – М., Наука, 1979.
4. Кузнецова Д.В. Математичне моделювання комунікаційних процесів в середній групі / Д.В. Кузнецова // Сучасні проблеми фундаментальних і прикладних наук : сорок перша наукова конференція МФТІ. Ч. 2. 27-28 листопада 1998. – Вид. МФТІ, Долгопрудний 1998.
5. Кузнецова Д.В. Математичне моделювання комунікаційних процесів в соціальних середовищах / Д.В. Кузнецова, Н.А. Мітін // VI міжнародна конференція "Математика, комп'ютер, освіта". Пушино, 24-31 січня 1999 року. Тези. – Москва, 1999.
6. Синергетична парадигма. Різноманіття пошуків і підходів. – М. : Прогрес-Традиція, 2000.
7. Синергетика і психологія. Матеріали круглого столу. 10 березня 1997 року, Санкт-Петербург, Доповіді.
8. Крилов В.Ю. Геометричне уявлення даних в психологічних дослідженнях / Крилов В.Ю. – М. : Наука, 1990.

References

1. Shannon K. Works on the theory of information and cybernetics M. and L., 1963.
2. Haken G. Information and self-organization. Macroscopic approach to complex systems. M., Peace, 1991.
3. Nalimov VV Probabilistic language model. M., Nauka, 1979.
4. Kuznetsova D.V. Mathematical modeling of communication processes in the middle group. Forty-first scientific conference of MFTI. November 27-28, 1998 Modern Problems of Fundamental and Applied Sciences. Part 2, Abstracts. Kind. MFTI, Dolgoprudny 1998.
5. Kuznetsova D.V., Mitin N.A. Mathematical modeling of communication processes in social environments. VI International Conference "Mathematics, Computer, Education". Pushchino, January 24-31, 1999 Abstracts. Moscow 1999
6. Synergetic paradigm. The variety of searches and approaches. M., Progress-Tradition, 2000.
7. Synergetics and psychology. Materials of the round table. March 10, 1997, St. Petersburg, Report.
8. Krylov V.Y. Geometric representation of data in psychological research. M., Science, 1990.

Рецензія/Peer review : 05.05.2018

Надрукована/Printed : 01.06.2018

Прорецензовано редакційною колегією

UDK 339.138

SAVIN S.
Kherson National Technical University
LUTSYSHEN V.
Albert College, Belleville, Canada

“LIFE-LONG LEARNING” STEREOTYPE NECESSITY

This article discusses communication tools in terms of their application to achieve personal goals and their update's speed. It has proved that human adaptation to technical, cultural, economic, political and social changes is provided through communication with natural and artificial agents. It has also identified the specific peculiarities of artificial agents' communication tools, such as constant modification, short life cycle, goals and their realization opportunities' expansion. It has proved that the skills to interact with artificial agents are developed throughout the whole human life, and this causes the necessity of "life-long learning" stereotype formation. It has described the theoretic fundamentals of stereotypes' content and role in human life and activities. It has offered life values to be considered as the fundamental of educational stereotypes' formation.

Key words: life goals, life needs, human life cycle stages, communication tools of natural agents, interaction tools for artificial agents, stereotype, life-long learning.

САВІН С.Ю.
Херсонський національний технічний університет
ЛУЦИШИН В.С.
Коледж Альберта, Белвіль, Канада

ФОРМУВАННЯ СТЕРЕОТИПУ «ПОТРЕБА В НАВЧАННІ ПРОТЯГОМ ЖИТТЯ»

У статті розглянуті засоби комунікації з позиції досягнення за рахунок них персональних життєвих цілей і з позиції швидкості їх оновлення. Обґрунтовано, що адаптація людини до змін технічного, культурного, економічного, політичного, соціального характеру відбувається за допомогою засобу спілкування з натуральними агентами і взаємодії зі штучними агентами. Визначено відмінні риси засобів взаємодії з штучними агентами, а саме: їх постійна модифікація, короткий життєвий цикл, розширення спектра цілей життєдіяльності і можливостей їх реалізації. Доведено, що освоєння навичок взаємодії з штучними агентами відбувається протягом усього періоду життя людини, що обумовлює необхідність формування стереотипу «потреба в навчанні протягом життя».

Ключові слова: життєві цілі, життєві потреби, етапи життєвого циклу людини, засоби спілкування натуральних агентів, засоби взаємодії зі штучними агентами, стереотип, навчання протягом життя.

Introduction. A human being begins stereotyping since he/she starts cognizing the world around him/her. These stereotypes provide him/her with the ability to manage life activities and correctly define his/her goals and methods to achieve them, in particular. The modern IT level, on one hand, offers wider access to the information, but on the other hand, demands life-long learning experience for society. The core difference of informationalism epoch (post-industrial epoch) from the rest ones (hunter-gatherer, agrarian, industrial) is in its higher level of knowledge update in all spheres and at all stages of human life. This proves the crucial role of educational stereotypes in human life in general and the “life-long learning” one in particular.

The last publications and research analysis. Education problems have been researched by various scientists [1–5], and were divided with pedagogical approach to educate children and andragogical approach to educate adults. The correctly defined educational concept included into «Life Long Learning» term is being fragmentarily determined by different scientists by this time. This means they discover learning opportunities at definite, specific life stages, mainly the earliest ones. Adults' education at their middle age is researched much less. At the same time, success and accomplishments can be achieved with the ability to acquire and apply new knowledge by transforming it into personal advantages – the ability, which is characterized by middle age mainly. The ability to find new interests, set new goals and acquire new knowledge at the middle age allows adults become happier and the society – healthier and more compassionate.

The aim of this article is to justify the necessity of transformation of outdated “early stages learning” stereotype into modern “life-long learning” educational stereotype.

The main material. The human ability to quickly adapt to technical, cultural, economic, political and social changes depends on his/her recognized need to timely master the knowledge and skills, connected with modern communication tools. They should not be considered as simple human communication instruments, but as methods to interact with environmental agents in order to achieve goals.

Let us analyze the core differences between human communication tools and environmental agents' interaction instruments. In this case we should take into consideration the polar “natural – artificial” criteria scale classification, where such agents are identified as [6]:

Natural agents – a person, human community;

Artificial agents – robots, machine community, complex computer programmes.

This allows to express “human communication tools” term as “natural agents' communication

instruments”, whereas “environmental agents’ communication tools” term as “natural agents’ communication instruments and artificial agents’ interaction instruments”.

The human communication tools, or tools to interact between natural agents, are the operations through which interpersonal communication is realized. All these tools are divided into 2 large groups: verbal and nonverbal, with main difference in the method of delivery. Verbal communication delivers information, whereas nonverbal defines the relation to communication partner.

The key nonverbal communication types are kinesics (mimic, gesture, posture, gait), tactethics (haptics) (status and role relations, sign of intimacy level), and proxemics (distance). Both verbal and nonverbal communication fundamentals are learned during early stages of socialization.

Verbal and nonverbal communication tools are aimed at achieving the goals set by a person at both physiological and psychological levels. These goals can be identified according to the needs by A. Maslow [7]: food, water, housing (organic needs); safety and primary physiological needs’ defence; involvement (belonging); respect; self-expression.

The development of IT expands the information products range, which produces new needs. These needs are connected with A. Maslow’s form of needs’ satisfaction. Information needs are constantly changed, complicated and engaged in different spheres of human activities.

Human communication tools are cognized and developed at the early stages of human life (newborn, infancy, junior school age, junior secondary and senior secondary school, early adulthood) [8] and transformed into stable associative links, such as stereotypes.

“Stereotype is straightforward, it divides the world into two categories – “familiar” and “unfamiliar”. Familiar becomes the synonym of “good”, whereas unfamiliar – the synonym of “bad”. [9].

Stereotype is a stable conviction about something. The “Stereotype” term, as it is used presently, was introduced by the American political expert and writer Walter Lippmann in 1922 in his book “Public Opinion”. Stereotype influences decision-making process of a consumer and makes this process illogic for an external observer [10, p. 38].

Any stereotype’s formation is based on life values’ system. Thus, an audience’s specifications should be taken into consideration, when a stereotype is formed. The term “stereotype” is known to be one of the reflection types and it functions unconsciously in human psychics. This makes its separation almost impossible. A stereotype is also a behaviour model in a definite sphere, such as education. Once you have made a choice and received positive experience of the chosen educational product application and positive feedbacks from close people, you start forming the stereotype of “good” or “reliable” product. Such stereotype eliminates the necessity to analyze all available products each time a person has to make a correct choice, thus making his/her life easier. That is why a stereotype becomes positive phenomenon.

In other words, stereotypes are strong, stable associations and rough simplifications of existing categories. In order to learn how to apply stereotypes correctly, their key tasks should be understood:

- to simplify human life by decreasing the energy consumption needed to make a choice;
- to shape a certainty vision in an uncertain environment;
- to help developing relations to unfamiliar subjects and phenomena.

In general, there are just a few certain/stable stereotypes, because the environment is nonstatic and updated constantly. Educational products’ stereotypes are updated accordingly. Each new generation of artificial agents cause changes in existing stereotypes and formation of new ones [11].

Natural agents’ communication tools and artificial agents’ interaction instruments suppose the development of human communication, when humans impact on artificially created mechanisms in order to simplify the methods of their goals’ achievement. The specific features of artificial agents’ communication tools are their constant modification, short life cycle, growth of life goals and their realization opportunities. In other words, social communication skills are developed at early life stages and then applied in the form of stereotypes in later ages, whereas artificial agents’ interaction skills are grown during the whole human life. If there is no acceptance of the necessity to learn artificial agents’ interaction skills, the life quality of some adult individuals, as well as the society health in general will suffer.

The cognition of the necessity for life-long learning should be brought up from the very first days of an individual identification ability. This means the stereotype, associated with “constant learning – constant well-being” relation, should be developed just at the earliest life stages. “Well-being” category is a general phenomenon for common goals set at all life stages by individuals with all kinds of views and visions. Well-being is a person’s condition or objective situation, when a person has everything that positively characterizes his/her life in the eyes of his/her surrounding and close people, as well as his/her own.

Such stereotype’s formation can be successful only with the application of complex unidirectional experience, which an individual gains both in small social groups (family, school, university, sports community etc.) and the society in a whole with the information via mass media and social networks. This means that the same values should be existed and cultivated at all levels of society. For example, study-connected values are: respect to a teacher’s work, creativity and initiatives support, motivation to innovations. As fashion is often the primary motivation to act among youth, the “study is fashionable” value should be developed and supported.

The “life-long learning” stereotype can be correlated at early adult stage by taking into consideration the dominating values of an individual.

The “intellectual independence” value should be developed during all stage of human life and taken the rightful place in an individual’s set of values, because human striving to be independent in decision-making motivates him/her to start search through learning. The ability to solve life tasks independently is a key constituent of qualitative life, thus well-being and prosperity.

Conclusion. Summing up, this article has argued that the “life-long learning” stereotype should be formed and constantly correlated to replace the single used “learning at early stage” stereotype. It will improve the life quality of both an individual and a society as a whole.

Література

1. Хміль Ф.І. Основи менеджменту : підручник / Ф.І. Хміль. – К. : Академвидав, 2007. – 576 с.
2. Орбан-Лембрик Л.Е. Психологія управління / Л.Е. Орбан-Лембрик. – К. : Академвидав, 2003. – 568 с.
3. Герасимчук А.А. Етика й етикет сучасного бізнесу – запорука економічної безпеки підприємств : навч. посібник / Герасимчук А.А., Тимошенко О.І. ; за заг. ред. О.І. Тимошенко. – К. : Вид-во Європейського ун-ту, 2007. – 285 с.
4. Шевчук С.В. Ділове мовлення для державних службовців / С.В. Шевчук. – К. : Арії, 2008. – 424 с.
5. Мацюк З. Українська мова професійного спілкування : навч. посібн. / З. Мацюк, Н. Станкевич. – К. : Каравела, 2010. – 352 с.
6. Классификация агентов [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.aiportal.ru/articles/multiagent-systems/agent-classification.html>
7. Савіна Г.Г. Психоемоційний аспект формування стереотипу сприйняття бренда / Г. Г. Савіна, О. О. Швець // Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. – 2013. – № 3. – Том 2. – С. 194–196
8. Эриксон Э. Г. Детство и общество / Эриксон Э. Г. ; пер. [с англ.] и науч. ред. А. А. Алексеев. – СПб : Летний сад, 2000.
9. Липпман У. Общественное мнение / Липпман У. ; пер. с англ. Т.В. Барчуновой. Редакторы перевода К.А. Левинсон, К.В. Петренко. – М. : Институт Фонда «Общественное мнение», 2004. – 384 с.
10. Викентьев И.Л. Приемы рекламы и PUBLIC RELATIONS / И.Л. Викентьев. – СПб : ТОО «Триз-Шанс», 1995. – 228 с.

References

1. Khmil F.I. Management Fundamentals: Handbook / F.I. Khmil. – K. : Academia, 2007. – 576 p.
2. Orban-Lembryk L.E. Management Psychology/ L.E.Orban-Lembryk.- K.: Academia. 2003.- 568p.
3. Herasymchuk A.A., Tymoshenko O.I. Modern Business Ethics And Etiquette Is the Fundament of Enterprise’s Economic Safety: Study Guide / Ed. by O.I. Tymoshenko. – K.: European Uni, 2007. – 285 p.
4. Shevchuk S.V. Business Communication for Government Employees / S.V. Shevchuk. - K.: Ariy, 2008. – 424p.
5. Matsyuk Z., Stankevych N. Ukrainian Professional Communication Language : Study Guide / Z.Matsyuk, N.Stankevych, – K.: Karavela, 2010. – 352 p.
6. Agents Classification. [Electronic source]. – Available online: <http://www.aiportal.ru/articles/multiagent-systems/agent-classification.html>
7. Savina G.G. Psycho-Emotional Aspect of Brand Cognition Stereotype Formation / G.G. Savina, O. O. Shvets // Khmelnytsk National University Journal. Economic Sciences. – 2013. – № 3. – Issue 2. – Pp. 194–196.
8. Erickson E. G. Childhood And Society / trans. [from English.] and edit. by A. A. Alekseyev. — S-P.: Letniy Sad, 2000.
9. Lippmann, Walter. Public Opinion / trans. from English by T.V. Barchunova. Translation editors: K.A. Levinson, K.V. Petренко. — M.: “Public Opinion” Fund Institute, 2004. — 384 p.
10. Vikentyev I.L. Advertising and Public Relations Methods / I.L. Vikentyev. – S-P: “Triz-Shans” Ltd., 1995. – 228 p.

Рецензія/Peer review : 04.05.2018

Надрукована/Printed : 07.06.2018

Рецензент: д. е. н., проф. Ковальчук С. В.

УДК 332.334

ПОМАЗАН М. В.

Кременчуцький національний університет ім. М. Остроградського

ВИКОРИСТАННЯ ЗАСОБІВ ЕКОНОМІКО-МАТЕМАТИЧНОГО МОДЕЛЮВАННЯ ДЛЯ ОПТИМІЗАЦІЇ СТРУКТУРИ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ЗЕМЕЛЬ

Запропонована нова структура використання земельних ресурсів Новоархангельського району Кіровоградської області. Розроблені економіко-математичні моделі проектної трансформації угідь. Проведена оптимізація структури сільськогосподарських земель за критеріями – максимальний вихід валової продукції і мінімальні витрати на проведення трансформації.

Ключові слова: оптимізація структури, економіко-математичне моделювання, лінійне програмування, симплексний метод.

POMAZAN M.

Kremenchuk Mykhailo Ostrohradskiy National University

USE OF ECONOMIC AND MATHEMATICAL MODELING FOR OPTIMIZATION OF AGRICULTURAL LAND STRUCTURE

The structure of agricultural land of Novoarkhangelsk district of Kirovograd region is investigated and the economic-mathematical modeling of the problem of its optimization is performed. Certain practical aspects of implementation of measures on ecological and economic improvement of land use are based on the analysis of existing land legislation. During the agricultural survey, the possibility of transferring unproductive lands to more valuable lands was established in order to intensify the use of land, as well as degraded lands for conservation, fertility and provision of livestock industry with the necessary areas of hayfields and pastures. To accomplish this task, the economic-mathematical method of linear programming was used. For this purpose, an economic-mathematical model of the task was compiled, a reference plan for solving the problem was compiled and an optimization of the reference plan was performed by the simplex method. As a result of calculations, a new (projected) structure of the use of the lands of the Novoarkhangelsk district was obtained. Optimization of the reference plan was carried out according to the economic criterion - the maximum yield of gross output from the projected lands in the monetary equivalent. In such a warehouse, the value of the target function (gross output) is equal to the maximum. It is determined that optimization of changes in the structure of land is a prerequisite for its ecological and economic improvement and providing a favorable territorial environment for conducting highly productive agricultural production in compliance with ecological requirements.

Keywords: optimization of structure, economic-mathematical modeling, linear programming, simplex method.

Трансформація земельних угідь, що свідомо здійснюється господарюючими суб'єктами, спрямована на оптимізацію землекористування, а саме на зростання ефективності використання земельних ресурсів, забезпечення їх екологічної стійкості і здатності до самовідновлення. Як і будь-яка інша управлінська дія, така трансформація потребує оцінки витрат та результатів. Значна частина рекомендацій щодо земельних трансформацій стосується регіонального рівня землекористування та збереження стійкості агроландшафтів, що є цілком виправданим з точки зору комплексного вирішення проблеми [1]. Проте, визначення оптимальних напрямів трансформації земельних угідь як для отримання додаткового економічного ефекту, так і для збереження агроландшафту потребує окремого дослідження.

Питанням оптимізації використання земель присвячені праці вітчизняних дослідників: Д. І. Бабміндри, С. Ю. Булигіна, Д. С. Добряка, О. П. Канаша, Н. В. Козлова, В. О. Леонця, В. Л. Любчика, В. В. Медведева, Л. Я. Новаковського, Н. В. Палали, Б. І. Пархуця, І. А. Розумного, В. Ф. Сайка, А. Я. Сохничя, А. М. Третяка та інших.

Застосуванню методів економіко-математичного моделювання при використанні земельних ресурсів присвячені роботи С. Н. Волкова [2], В. Д. Кірюхіна, А. А. Варламова, К. М. Кірюхіної, А. В. Купчиненко, Л. С. Твердовської, І. М. Статівки, А. Г. Мартина [3].

До останнього часу, на теренах України, в недостатній мірі розглядалася наукова проблема комплексного підходу до екологічної та економічної оптимізації землекористування. Досить ґрунтовному аналізу піддається сучасний стан землекористування (особливо, сільськогосподарського), відзначаються його нинішні недоліки, але при цьому не окреслюються науково-методичні підходи до удосконалення структури земельних угідь. Недостатня увага приділяється застосуванню методів економіко- та еколого-математичного моделювання при спробах оптимізації структури земельних угідь.

Підхід до моделювання напрямків оптимізації використання земельних угідь можна розглянути та проаналізувати на прикладі економіко-математичної моделі визначення напрямків удосконалення ресурсного потенціалу адміністративного району.

Її задачею є знайти таке сполучення запроєктованих угідь, щоб при заданих ресурсах і накладених обмеженнях одержати максимальний вихід валової продукції у грошовому еквіваленті. Таким чином, сформульована задача лінійного програмування вирішується на максимум цільової функції. Критерієм оптимальності рішення є максимальний вихід валової продукції із запроєктованих угідь у грошовому виразі.

Для визначення заходів з оптимізації структури використання угідь, на території Новоархангельського району було проведене комплексне землепорядне обстеження.

При землепорядному обстеженні була встановлена можливість переведення малопродуктивних угідь у більш цінні угіддя з метою інтенсифікації використання земель, а також деградованих земель для збереження, підвищення родючості і забезпечення тваринницької галузі необхідними площами сіножатей і пасовищ.

За результатами обстеження виявлені наступні сільськогосподарські угіддя, які можуть бути трансформовані:

- рілля змита, площею 7200,8 га, може бути трансформована в сади, сади інтенсивного типу, сіножаті, пасовища;

- рілля зрошувана, площею 684,0 га, може бути трансформована в рілля богарну, сади, сади інтенсивного типу, сіножаті, пасовища;

- сади (через не плодоносіння за віком), площею 397,3 га, можуть бути трансформовані в рілля богарну, сіножаті, пасовища;

- пасовища, площею 1711,1 га, можуть бути трансформовані в культурні зрошувані пасовища, сади, сади інтенсивного типу;

- перелogi, площею 1156,0 га, можуть бути трансформовані в рілля богарну, сади, сади інтенсивного типу, сіножаті, пасовища.

За умов господарської доцільності накладаються обмеження на площі наступних видів угідь:

- мінімально допустима площа рілля богарної – 735,0 га.

- площа садів повинна бути не менше 1019,0 га.

- площа садів інтенсивного типу повинна бути не менше 300,0 га.

- площа сіножатей повинна бути не менше 1031,0 га.

- площа пасовищ повинна бути не більше 10049,0 га.

- мінімально допустима площа культурних зрошуваних пасовищ складає 150,0 га.

Для проведення заходів з трансформації угідь виділяється 9000000 грн. Враховувався вихід валової продукції з одного гектара запроєктованих угідь у грошовому еквіваленті.

Порядок моделювання економіко-математичної задачі:

- невідомими в задачі позначимо площі угідь, які підлягають трансформації ($X_1 \dots X_{20}$);

- ресурси (площі угідь, які можуть бути трансформовані ($b_1 \dots b_5$) та максимальними допусками трансформації ($b_6 \dots b_{12}$):

- техніко-економічні показники: одиниці вимірювання площі угідь, що трансформуються (вони дорівнюють 1), витрати грошових ресурсів на трансформацію;

- коефіцієнти при невідомих цільової функції (вихід валової продукції з 1 га запроєктованих угідь ($c_1 \dots c_6$), грн./га.

У загальному вигляді економіко-математична модель задачі записується:

Знайти $F_{\max} = \sum_1^n c_i X_j$, при умовах:

$$\left\{ \begin{array}{l} \sum_1^n a_{ij} X_j \leq (\geq) b_i \quad (i=1) \\ \sum_1^n a_{ij} X_j \leq (\geq) b_i \quad (i=2) \\ \dots \\ \sum_1^n a_{ij} X_j \leq (\geq) b_i \quad (i=n) \\ X_j \geq 0 \end{array} \right. \quad (1)$$

Економіко-математична модель задачі у розгорнутому вигляді з використанням прийнятих умовних позначень має вигляд:

$$F_{\max} = c_1 X_1 + c_2 X_2 + c_3 X_3 + c_4 X_4 + c_5 X_5 + c_6 X_{13} + c_1 X_6 + c_1 X_{14} + c_1 X_{17} + c_2 X_7 + c_2 X_{15} + c_2 X_{18} + c_3 X_8 + c_3 X_{11} + c_3 X_{19} + c_4 X_9 + c_4 X_{12} + c_4 X_{20} + c_5 X_{10} + c_5 X_{16}. \quad (2)$$

При умовах (нерівності, які входять у систему обмежень):

$$a_{11}X_1 + a_{12}X_2 + a_{13}X_3 + a_{14}X_4 = \epsilon_1 \quad (3)$$

$$a_{21}X_5 + a_{22}X_6 + a_{23}X_7 + a_{24}X_8 + a_{25}X_9 = \epsilon_2 \quad (4)$$

$$a_{31}X_{10} + a_{32}X_{11} + a_{33}X_{12} \leq \epsilon_3 \quad (5)$$

$$a_{41}X_{13} + a_{42}X_{14} + a_{43}X_{15} \leq \epsilon_4 \quad (6)$$

$$a_{51}X_{16} + a_{52}X_{17} + a_{53}X_{18} + a_{54}X_{19} + a_{55}X_{20} = \epsilon_5 \quad (7)$$

$$a_{21}X_5 + a_{31}X_{10} + a_{51}X_{16} \geq \epsilon_6 \quad (8)$$

$$a_{11}X_1 + a_{22}X_6 + a_{42}X_{14} + a_{52}X_{17} \geq \epsilon_7 \quad (9)$$

$$a_{12}X_2 + a_{23}X_7 + a_{43}X_{15} + a_{53}X_{18} \geq \epsilon_8 \quad (10)$$

$$a_{13}X_3 + a_{24}X_8 + a_{32}X_{11} + a_{54}X_{19} \leq \epsilon_9 \quad (11)$$

$$a_{14}X_4 + a_{25}X_9 + a_{34}X_{12} + a_{55}X_{20} \leq \epsilon_{10} \quad (12)$$

$$a_{41}X_{13} \geq \epsilon_{11} \quad (13)$$

$$a_{61}X_1 + a_{62}X_2 + a_{63}X_3 + a_{64}X_4 + a_{65}X_5 + a_{66}X_6 + a_{67}X_7 + a_{68}X_8 + a_{69}X_9 + a_{610}X_{10} + \\ + a_{611}X_{11} + a_{612}X_{12} + a_{613}X_{13} + a_{614}X_{14} + a_{615}X_{15} + a_{616}X_{16} + a_{617}X_{17} + a_{618}X_{18} + \\ + a_{619}X_{19} + a_{620}X_{20} \leq \epsilon_{12} \quad (14)$$

$$X_1 \geq 0, X_2 \geq 0, X_3 \geq 0, X_4 \geq 0, X_5 \geq 0, X_6 \geq 0, X_7 \geq 0, X_8 \geq 0, X_9 \geq 0, X_{10} \geq 0, X_{11} \geq 0, X_{12} \geq 0, X_{13} \geq 0, X_{14} \geq 0, X_{15} \geq 0, X_{16} \geq 0, X_{17} \geq 0, \\ X_{18} \geq 0, X_{19} \geq 0, X_{20} \geq 0 \quad (15)$$

Нерівності (15) мають назву – умова невід’ємності рішень.

У розгорнутий запис економіко-математичної моделі задачі підставляємо значення техніко-економічних коефіцієнтів і ресурсів:

$$F_{max} = 3852,0 \times X_1 + 6570,0 \times X_2 + 522,0 \times X_3 + 378,0 \times X_4 + 1128,6 \times X_5 + 3852,0 \times X_6 + 6570,0 \times X_7 + 522,0 \times X_8 + \\ 378,0 \times X_9 + 1128,6 \times X_{10} + 522,0 \times X_{11} + 378,0 \times X_{12} + 864,0 \times X_{13} + 3852,0 \times X_{14} + 6570,0 \times X_{15} + 1128,6 \times X_{16} + \\ 3852,0 \times X_{17} + 6570,0 \times X_{18} + 522,0 \times X_{19} + 378,0 \times X_{20}$$

При умовах (нерівності, які входять у систему обмежень):

$$X_1 + X_2 + X_3 + X_4 = 7200,8 \quad (16)$$

$$X_5 + X_6 + X_7 + X_8 + X_9 = 684,0 \quad (17)$$

$$X_{10} + X_{11} + X_{12} \leq 397,3 \quad (18)$$

$$X_{13} + X_{14} + X_{15} \leq 1711,1 \quad (19)$$

$$X_{16} + X_{17} + X_{18} + X_{19} + X_{20} = 1156,0 \quad (20)$$

$$X_5 + X_{10} + X_{16} \geq 735,0 \quad (21)$$

$$X_1 + X_6 + X_{14} + X_{17} \geq 1019,0 \quad (22)$$

$$X_2 + X_7 + X_{15} + X_{18} \geq 300,0 \quad (23)$$

$$X_3 + X_8 + X_{11} + X_{19} \leq 1031,0 \quad (24)$$

$$X_4 + X_9 + X_{12} + X_{20} \geq 10049,0 \quad (25)$$

$$X_{13} \leq 150,0 \quad (26)$$

$$2970,0 \times X_1 + 3780,0 \times X_2 + 133,2 \times X_3 + 54,0 \times X_4 + 305,3 \times X_5 + \\ + 2564,3 \times X_6 + 3589,4 \times X_7 + 102,8 \times X_8 + 48,748,7 \times X_9 + 378 \times X_{10} + \\ + 486 \times X_{11} + 576 \times X_{12} + 174,6 \times X_{13} + 2830,3 \times X_{14} + 3996 \times X_{15} + 287,2 \times X_{16} + \\ 2830,3 \times X_{17} + 3996 \times X_{18} + 324 \times X_{19} + 48 \times X_{20} \leq 9000000 \quad (27)$$

$$X_1 \geq 0, X_2 \geq 0, X_3 \geq 0, X_4 \geq 0, X_5 \geq 0, X_6 \geq 0, X_7 \geq 0, X_8 \geq 0, X_9 \geq 0, X_{10} \geq 0, X_{11} \geq 0, X_{12} \geq 0, X_{13} \geq 0, X_{14} \geq 0, X_{15} \geq 0, X_{16} \geq 0, X_{17} \geq 0, \\ X_{18} \geq 0, X_{19} \geq 0, X_{20} \geq 0 \quad (28)$$

Щоб знайти економічний оптимум, необхідно вирішити систему нерівностей (5.16)–(5.27). Умова (5.27) залишається без змін. Для цього необхідно привести її до канонічного вигляду, де всі умови подаються у вигляді рівнянь. Щоб отримати рівняння, до лівих частин нерівностей додаються додатні змінні X_{n+1} , які мають назву додаткові невідомі. В цільову функцію додаткові невідомі вводяться з нульовими коефіцієнтами.

До складу додаткових невідомих включені: площі угідь, які не можуть бути трансформовані, які перебільшують мінімально допустимі та яких не вистачає до максимально допустимих ($X_{21} \dots X_{31}$).

Таким чином, утворюється система з наступних рівнянь:

$$\left\{ \begin{array}{l} X_1 + X_2 + X_3 + X_4 + X_{21} = 7200,8 \quad (29) \\ X_5 + X_6 + X_7 + X_8 + X_9 + X_{22} = 684,0 \quad (30) \\ X_{10} + X_{11} + X_{12} + X_{23} = 397,3 \quad (31) \\ X_{13} + X_{14} + X_{15} + X_{24} = 1711,1 \quad (32) \\ X_{16} + X_{17} + X_{18} + X_{19} + X_{20} + X_{25} = 1156,0 \quad (33) \\ X_5 + X_{10} + X_{16} + X_{26} = 735,0 \quad (34) \\ X_1 + X_6 + X_{14} + X_{17} + X_{27} = 1019,0 \quad (35) \\ X_2 + X_7 + X_{15} + X_{18} + X_{28} = 300,0 \quad (36) \\ X_3 + X_8 + X_{11} + X_{19} + X_{29} = 1031,0 \quad (37) \\ X_4 + X_9 + X_{12} + X_{20} + X_{30} = 10049,0 \quad (38) \\ X_{13} + X_{31} = 150,0 \quad (39) \end{array} \right.$$

Всі модифікації симплексного методу лінійного програмування об'єднуються спільною ідеєю, яка характеризується наступними умовами:

- на початку рішення задачі складається вихідний (опорний) план, який задовольняє умови задачі;
- встановлюють ознаки, по яким визначають оптимальність плану;
- рішення задачі виконують шляхом послідовного переходу від вихідного (опорного) плану до оптимального плану через визначене число кроків (ітерацій). Таким чином сутність симплексного методу полягає в послідовному поліпшенні вихідного (опорного) плану до отримання оптимального рішення задачі.

Для вирішення системи з метою знаходження оптимального плану необхідно знайти базисне рішення задачі. Для цього прийемо $X_i=0$. У результаті одержали позитивне рішення, яке задовольняє системі рівнянь, тобто перше допустиме рішення, яке також називається початковим опорним планом.

Саме рішення йде шляхом заміни базисних невідомих. Для цього необхідно визначити ключовий (генеральний елемент). Він знаходиться на перехресті ключового (генерального) стовпця і ключового (генерального) рядка.

За даних умов задачі оптимальне рішення отримано на двадцять другому кроці.

Оптимальне рішення досягнуто при наступних значеннях невідомих (невідомих, які увійшли в базис):

$X_1 = 335,0$ га – площа ріллі змитої, яка трансформується в сади;

$X_2 = 1346,677$ га – площа ріллі змитої, яка трансформується в сади інтенсивного типу;

$X_3 = 1031,0$ га – площа ріллі змитої, яка трансформується в сіножаті;

$X_4 = 4488,123$ га – площа ріллі змитої, яка трансформується в пасовища;

$X_6 = 684,0$ га – площа ріллі зрошуваної, яка трансформується в сади;

$X_{10} = 397,3$ га – площа садів, яка трансформується в ріллю богарну;

$X_{13} = 1711,1$ га – площа пасовищ, яка трансформується в культурні зрошені пасовища;

$X_{16} = 1156,0$ га – площа перелогів, яка трансформується в ріллю богарну.

При такому запроєктованому складі угідь забезпечується максимальний вихід валової продукції 18238995,221 грн.

В оптимальний план увійшли всі запроєктовані до трансформації площі угідь. Це свідчить про те, що всі операції з трансформації запропоновані до трансформації, за умовами задачі, економічно доцільні.

Грошові ресурси використовуються повністю: $2970,0 \times 335,0 + 3780,0 \times 1346,677 + 133,2 \times 1031,0 + 54,0 \times 4488,123 + 2564,3 \times 684,0 + 378,0 \times 397,3 + 174,6 \times 1711,1 + 287,2 \times 1156,0 \approx 8999998,762$ грн.

Таким чином, отримана структура угідь, при якій, за умовами задачі, досягається максимальний вихід валової продукції у грошовому еквіваленті. При такому складі угідь значення цільової функції (валовий вихід продукції) дорівнює 18238995,221 грн.

Виходячи з вищезазначеного, можна визначити принципову перспективність застосування саме еколого-економічного моделювання для пошуку оптимальних напрямків використання земель:

- пошук найкращого варіанту серед нескінченної множини можливих варіантів;
- відхід від внутрішньої ієрархічності (коли одні угіддя мають більший пріоритет ніж інші) при обранні напрямів використання земель – забезпечується рівність всіх можливих варіантів в межах критерію оптимальності;
- наявність значних перспектив удосконалення методу, в контексті подальшого розвитку інформаційних технологій.

Література

1. Добряк Д. С. Ефективність екологобезпечного землекористування в Україні в ринкових умовах / Д. С. Добряк, В. М. Будзяк, О. С. Будзяк // Економіка України. – 2013. – № 7 (620). – С. 83–93.

2. Економіко-математичне моделювання : навч. посібник / В. В. Вітлінський, С. І. Наконечний, О. Д. Шарапов та ін. ; за заг. ред. В. В. Вітлінського. – К. : КНЕУ, 2008. – 536 с.

3. Мартин А.Г. Оптимальність землекористування: сучасне розуміння та шляхи досягнення / А.Г. Мартин // Землепорядна освіта, наука та виробництво: сьогодні та перспективи очима молодих вчених : матеріали Міжнародної науково-практичної конференції (Київ, 25 лютого 2003 р.). – К. : ТОВ "ЦЗРУ", 2003. – С. 85–92.

References

1. Dobriak D. S. Efektyvnist ekolohobezpechnoho zemlekorystuvannya v Ukraini v rynkovykh umovakh / D. S. Dobriak, V. M. Budziak, O. S. Budziak // Ekonomika Ukrainy. – 2013. – № 7 (620). – S. 83–93.

2. Ekonomiko-matematychne modeliuвання : navch. posibnyk / V. V. Vitlinskyi, S. I. Nakonechnyi, O. D. Sharapov ta in. ; za zah. red. V. V. Vitlinskoho. – K. : KNEU, 2008. – 536 s.

3. Martyn A.H. Optymalnist zemlekorystuvannya: suchasne rozuminnia ta shliakhy dosiahnennia / A.H. Martyn // Zemlevporiadna osvita, nauka ta vyrobnytstvo: sohodennia ta perspektyvy ochyma molodykh vchenykh : materialy Mizhnarodnoi naukovo-praktychnoi konferentsii (Kyiv, 25 liutoho 2003 r.). – K. : TOV "TsZRU", 2003. – S. 85–92.

Рецензія/Peer review : 17.05.2018

Надрукована/Printed : 07.06.2018

Рецензент: д. е. н., проф. Почтовюк А. Б.

УДК 338.45:658.5(075.8)

ШПАК С. А.
ООО «РЕЙЛТРАНСХОЛДИНГ», г. Мариуполь

ИНФОРМАЦИОННАЯ НАПОЛНЕННОСТЬ ОЦЕНОК ФАКТОРНЫХ ПОТЕНЦИАЛОВ И ПОТЕНЦИАЛЬНЫХ ФУНКЦИЙ ПРОМЫШЛЕННОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

На основе экономико-математических интерпретаций концептуальной модели промышленного предприятия исследованы экономическое содержание понятий потенциала предприятия, факторного потенциала и потенциальных функций и возможности применения их оценок для решения задач управления деятельностью предприятия и процессом его развития. Показано, что такие понятия, как потенциал, носитель потенциала, результаты деятельности, фактор потенциала, факторный потенциал, общая и факторная потенциальная функция, представляют собой комплекс логически взаимосвязанных понятий, образующих теоретический фундамент для классификации всевозможных разновидностей потенциалов, измерения потенциалов и определяют возможные направления использования оценок потенциалов и потенциальных функций как инструментов управления предприятиями. Установлено, что факторные потенциалы, отражая объективную зависимость результатов деятельности предприятия от совокупности качественно различных факторов, позволяют выразить влияние отдельно взятых факторов или групп факторов в уровне потенциала, а обобщающие множества оценок потенциалов потенциальные функции – отразить зависимость величины потенциалов от всевозможных эндогенных и экзогенных факторов. Обосновано, что содержание указанных понятий определяет возможные направления использования оценок потенциалов и потенциальных функций при решении задач управления предприятием на стадиях выявления и уяснения проблемы в деятельности предприятия, целеполагания, включая стратегическое планирование, разработки программ, направленных на повышение эффективности деятельности и развитие предприятия. Экономико-математические модели потенциалов предприятия создают необходимые предпосылки для разработки научно обоснованных классификаций факторных потенциалов промышленных предприятий, а также методических подходов к их измерению, что следует рассматривать как первоочередные задачи развития микроэкономической теории потенциалов.

Ключевые слова: промышленное предприятие, факторный потенциал, потенциальная функция, оценка потенциала.

SHPAK S.
LLC "RailTransHolding", Mariupol

INFORMATION RICHNESS OF THE ESTIMATES OF FACTORIAL POTENTIALS AND POTENTIAL FUNCTIONS OF INDUSTRIAL ENTERPRISES

Economic content of an enterprise potential, factorial potential and potential functions and applicability of their estimates to solve the management issues of enterprise operations and process of enterprise development are studied based on the economic and mathematical interpretations of the conceptual model of industrial enterprises. It is demonstrated that such notions as a potential, potential support, results of operations, a factor of the potential, factorial potential, general and factorial potential function represent a complex of logically interlinked notions that form the theoretical basis for classification of diverse potential varieties, for measurement of potentials and determine possible use of the estimates of potentials and potential functions as the tools for enterprise management. It is established that with reflection of the objective reliance of enterprise performance results on a set of qualitatively diverse factors, the factorial potentials provide a way for demonstrating the effect of single factors or groups of factors within the potential level, and the potential functions, that generalize a set of estimates of potentials, provide a way for reporting the reliance of a potential value on various endogenous and exogenous factors. It is proved that content of the mentioned notions identifies possible use of the estimates of potentials and potential functions when solving the management issues of enterprises at the issue identification and awareness stages in enterprise operations, goal-setting, also strategic planning, development of the programmes aimed at efficiency improvement for operations and development of enterprises. Economic and mathematical models of enterprise potentials create the required background for development of scientifically justified classifications of factorial potentials of industrial enterprises as well as methodological approaches to their measurement that shall be considered as the high-priority tasks for development of the microeconomic theory of potentials.

Key words: industrial enterprise, factorial potential, potential function, estimate of the potential.

Постановка проблемы. В экономической теории потенциалов понятие факторного потенциала появилось как результат неудовлетворенности научной состоятельностью ресурсной концепции потенциалов, трактующей понятие потенциала как некоторой совокупности ресурсов. В рамках одного из новых направлений развития теории потенциалов, возникших в последнее время, потенциал рассматривается как специфический признак экономического субъекта, отражающий способность данного субъекта осуществлять имманентно присущую ему деятельность, как возможность получения максимально высокого результата такой деятельности.

Обусловленность такой способности экономических субъектов большой совокупностью факторов послужило основанием для введения понятия факторного потенциала как частного случая общего понятия потенциала, отражающего соответствующую способность предприятия, обусловленную действием лишь одного либо группы факторов. В частности, это позволило определить понятия ресурсного потенциала – одной из разновидностей факторного потенциала предприятия, как максимально возможный результат деятельности предприятия, обусловленный имеющимися у предприятия (доступными ему) ресурсами без учета лимитирующего влияния других факторов.

Качественное отличие такого определения ресурсного потенциала от широко распространённых в рамках ресурсного подхода представлений, общность концепции факторного потенциала, недостаточная изученность этого понятия и обусловленных ею возможных продолжений развития теории, включая пути использования оценок потенциалов и обобщающих их потенциальных функций, обуславливают актуальность уточнения экономического содержания и информационной наполненности указанных понятий как потенциально эффективных инструментов управления развитием предприятий.

Анализ последних исследований и публикаций. Впервые аксиоматический подход к построению экономической теории потенциалов предложен и подробно рассмотрен в статье А.Б. Алёхина и А.Б. Брутман [21] в 2015 году. В этой работе предпринята попытка вычленения из всего многообразия часто плохо стыкующихся друг с другом представлений и систематизации тех теоретических положений и подходов теории потенциалов, которые позволяют выстроить стройную, внутренне непротиворечивую систему взглядов на потенциалы в экономике, подходы к их измерению и направления использования оценок потенциалов в теории и практике управления предприятиями.

Главной особенностью аксиоматического подхода состоит в том, что каждое новое понятие, теоретическое положение или методический подход логически следует из базисных постулатов теории. В рассматриваемом направлении развития экономической теории потенциалов такой отправной точкой является понятие потенциала, строгое определение которого сформулировано в работах И.Н. Карапейчика [23, 11]. В частности, в работе [11] в определении потенциала впервые постулируется, что потенциал как способность экономического субъекта к имманентно присущей ему деятельности характеризует максимально возможные совокупные результаты такой детальности. Это положение стало теоретическим основанием для обоснования и разработки системного оптимизационного подхода к измерению потенциалов и других близких ему по своей природе свойств экономических субъектов, который нашел отражение в работах ряда ученых [2–17] и предполагает оценку уровня проявления указанных свойств (оценку потенциалов) на основе экономико-математических моделей субъектов экономики оптимизационного типа как решение соответствующих задач оптимизации.

Использование в рамках оптимизационного подхода экономико-математических моделей объектов оценивания позволило в формальном виде представить множество учитываемых в моделях факторов, влияющих на уровень потенциала экономического субъекта, увидеть необходимость [14] и обосновать целесообразность введения в понятийно-категориальный аппарат теории потенциалов понятия потенциальной функции [18].

Качественное разнообразие факторов, оказывающих воздействие на величину потенциалов, анализ потенциальных функций некоторых предприятий [31–34] послужили толчком к систематизации потенциалов [21, 35, 36], введению понятия факторного потенциала и факторной потенциальной функции [18], а также к дальнейшему изучению указанных потенциалов и функций как инструментов управления предприятиями.

Формулирование целей статьи. Целью статьи является выявление и уточнение экономического содержания понятий потенциала, факторного потенциала и потенциальных функций промышленного предприятия на основе экономико-математических интерпретаций соответствующих моделей предприятия, а также возможностей использования оценок потенциалов и потенциальных функций при решении задач управления деятельностью предприятий и их развитием.

Изложение основного материала исследований. В основу анализа информационного содержания факторных потенциалов и потенциальных функций промышленного предприятия положим следующие теоретические представления экономической теории потенциалов.

Потенциал – это способность экономического субъекта к осуществлению имманентно присущей ему деятельности, отражающая (характеризующая) максимально возможный совокупный результат такой деятельности [21].

Носителем потенциала является произвольный субъект экономической деятельности [37].

В соответствии с этим потенциал в экономике – это признак исключительно субъекта экономической деятельности. В рамках микроэкономической теории потенциалов к таким субъектам относятся предприятия в целом и их структурные подразделения любой сложности, включая отдельно взятого работника с его рабочим местом как структурно простейшего субъекта деятельности.

Как следствие указанных положений основными классификационными признаками потенциалов являются вид субъекта экономики и вид деятельности [21, 35, 38], которые и порождают основное разнообразие видов потенциалов.

Величина (уровень) произвольного потенциала предприятия как максимально возможный совокупный результат соответствующей деятельности предприятия зависит от многих факторов. Отражением этого обстоятельства в теории потенциалов стали понятия фактора потенциала, факторного потенциала и потенциальной функции.

Фактор потенциала – это, по аналогии с понятием фактора конкурентоспособности предприятия, определенным и исследованным в [39, с. 187], произвольное свойство (параметр) предприятия или внешней среды, изменение которого приводит к изменению величины потенциала.

Факторный потенциал – это потенциал, характеризующий предельно возможные результаты соответствующей деятельности субъекта экономики, обусловленные действием определенного фактора (группы факторов) [21, 18].

Здесь необходимо обратить внимание на то, что концепция факторного потенциала кардинально отличается от распространенных в экономической научной литературе представлений о ресурсном, трудовом (кадровом) и подобных им потенциалах, характерных для ресурсно-факторного подхода к определению и измерению потенциалов в экономике, и ее появление опирается на серьезную критику научной состоятельности этого подхода [11, 40, 41].

Потенциальная функция – это зависимость уровня потенциала от факторов, влияющих на его величину. Заметим, что в работах [21, 18], в которых введено и/или обсуждается данное понятие, в качестве аргументов потенциальных функций рассматривались только внешние факторы. В настоящем исследовании понятие потенциальной функции используется в расширительном толковании и предполагает учет всех факторов, включая эндогенные.

Помимо этих инструментов обязательным элементом анализа будут концептуальные экономико-математические модели предприятия. Целесообразность применения таких моделей обусловлена следующими обстоятельствами.

Во-первых, концептуальные модели способны отражать суть исследуемого вопроса в чистом виде без учета второстепенных деталей.

Во-вторых, в экономико-математических моделях все элементы строго увязаны между собой, что делает возможным исследование и объяснение любых взаимовлияний и взаимосвязей указанных элементов.

В-третьих, свойства экономико-математических моделей, в отличие от вербальных, имеют четкую, однозначную экономическую интерпретацию.

В качестве модели подобного рода рассмотрим следующую статическую модель промышленного предприятия.

Будем считать, что предприятие располагает некоторым конечным набором технологий, каждая из которых ориентирована на выпуск одного вида продукции, для производства которого использует свойственный ей набор ресурсов. В каждый момент времени предприятие располагает определенным запасом ресурсов каждого вида, цены закупки которых известны. Спрос и цены на продукцию предприятия также известны и фиксированы. Прибыль предприятия облагается налогом по известной ставке.

С учетом таких предположений основные соотношения модели предприятия можно задать в следующем виде.

Критерий оптимальности – максимум прибыли предприятия $F(x)$ после налогообложения:

$$\max_x F(x) = \max_x \left(\sum_j p_j q_j - \sum_{i,j} c_i x_{ij} - a_0 \right) \cdot (1 - \gamma), \quad (1)$$

где q_j – объемы производства продукции вида j ; p_j – цена единицы продукции j ; x_{ij} – объемы затрат ресурса вида i на производство единицы продукции вида j ; c_i – цена единицы ресурса вида i ; γ – ставка налога на прибыль; a_0 – условно-постоянные расходы.

Объемы производства продукции:

$$q_j = \varphi_j(x) \quad \forall j, \quad (2)$$

где φ_j – производственная функция, выражающая зависимость объема выпуска продукции вида j от объемов затрат ресурсов всех видов (вектор x). Пусть, для примера, это будут производственные функции мультипликативного типа:

$$\varphi_j(x) = A_j \prod_i x_{ij}^{\alpha_{ij}} \quad \forall j, \quad (3)$$

где $A_j, \{\alpha_{ij}\}_i$ – множество параметров производственной функции j .

Ограничения на объемы производства со стороны рыночного спроса:

$$q_j \leq D_j \quad \forall j, \quad (4)$$

где D_j – спрос на продукцию вида j .

Ограничения на объемы производства со стороны производственных площадей предприятия:

$$q_j \leq M_j \quad \forall j, \quad (5)$$

где M_j – производственные площадей предприятия по выпуску продукции вида j .

Ограничения по запасам ресурсов:

$$\sum_j x_{ij} \leq R_i \quad \forall i, \quad (6)$$

где R_i – запасы ресурса вида i .

Условия неотрицательности переменных:

$$x_{ij} \geq 0 \quad \forall i, j. \quad (7)$$

В модели (1)-(7) в качестве управляющих переменных выступают величины $\{x_{ij}\}_{i,j}$ (вектор x),

эндогенными параметрами предприятия являются параметры A_j , $\alpha_j = \{\alpha_{ij}\}_i$ для каждого j , $\{R_i\}_i$, $\{M_j\}_j$, а также a_0 , влияние внешней среды задается с помощью параметров $\{p_j\}_j$, $\{D_j\}_j$ и γ .

В соответствии с принятым в настоящем исследовании определением понятия потенциала величина потенциала модельного предприятия P соответствует оптимальному значению целевой функции $F(x)$, т.е. является решением оптимизационной задачи (1)–(7) при фиксированных значениях всех эндогенных и экзогенных параметров и отражает максимально возможный уровень чистой прибыли при текущем (на момент оценки) состоянии предприятия и внешней среды его функционирования. Как показано в работах [38, 42], величина P имеет смысл уровня экономического потенциала предприятия, отражая уровень его способности генерировать чистую прибыль в определенных условиях.

Знание подобных оценок потенциала предприятия позволяет решать следующие задачи.

Сравнение фактически достигнутого предприятием результата (фактического уровня чистой прибыли) с экономическим потенциалом предприятия позволяет судить о наличии резервов в повышении результативности деятельности предприятия, а также о качестве управления. Если резервы незначительны, это свидетельствует, с одной стороны, об эффективном использовании имеющихся у предприятия возможностей и, следовательно, о высоком уровне управления текущей деятельностью на предприятии, а с другой – о необходимости постановки задачи по развитию предприятия с целью расширения его возможностей, т.е. повышения экономического потенциала предприятия. Если разрыв между фактическими результатами деятельности предприятия и его потенциалом (максимально возможными результатами) достаточно велик, то это свидетельствует о неэффективном использовании имеющихся у предприятия возможностей, обусловленным, прежде всего, недостаточным уровнем управления предприятием, и о необходимости постановки задачи по повышению эффективности использования резервов предприятия, в том числе, и за счет повышения качества управления.

Как видно из модели потенциала (1)–(7), оптимальное решение соответствующей задачи оптимизации, т.е. количественная оценка потенциала предприятия P , зависит от численных значений совокупности параметров (параметры A_j , $\{\alpha_j\}_j$, $\{R_i\}_i$, $\{M_j\}_j$, a_0 , $\{D_j\}_j$, γ). Изменение любого из этих параметров означает переход к другой количественной модели потенциала (к другой численной оптимизационной задаче), решение которой (величина потенциала P) может отличаться от решения исходной задачи. Таким образом, величина потенциала есть функция Ψ (см. формулу (8)) от учтенных в модели потенциала параметров, отражающая зависимость оптимального решения задачи вида (1)–(7) от указанных выше параметров.

$$P = \Psi(A_j, \{\alpha_j\}_j, \{R_i\}_i, \{M_j\}_j, a_0, \{D_j\}_j, \gamma). \quad (8)$$

Именно такая функция и определена в работе [18] как потенциальная.

С точки зрения задач управления предприятием потенциальные функции несут большую смысловую нагрузку. При этом информационное наполнение потенциальных функций существенно различается в зависимости от состава ее аргументов, т.е. параметров модели потенциала. Однако прежде, чем перейти к анализу информационной наполненности потенциальных функций, отметим следующее.

Потенциальная функция Ψ является скалярной функцией многих переменных, т.е. функцией, определенной в многомерном пространстве параметров \mathbf{R}^n на множестве Θ параметров модели (1)–(7), где n – количество параметров модели потенциалов. С формальных позиций правомерно рассмотрение любых модификаций этой функции, определенных на произвольном подмножестве множества Θ в пространстве \mathbf{R}^m произвольной размерности m , где $m < n$. Однако не все такие модификации потенциальной функции, как будет показано ниже, имеют экономический смысл. В общем же случае совокупность содержательных факторных потенциальных функций должна определяться соответствующими классификациями факторов потенциалов, задача разработки которой еще ждет своего решения. При наличии подобных классификаций в качестве факторных потенциальных функций целесообразно рассматривать потенциальные функции, аргументами которых будет произвольный класс или подкласс классификации факторов потенциала.

Покажем это на примере ряда факторных потенциалов и потенциальных функций.

Пусть Θ_R – множество параметров $\{R_i\}_i$, характеризующих запасы ресурсов (производственных факторов) предприятия, $\Theta_R \subset \Theta$. Выделим в этом множестве подмножества параметров, характеризующих запасы материально-энергетических Θ_{Rm} и трудовых Θ_{Rl} ресурсов. Тогда функция

$$P_{Rm} = \Psi(\Theta_{Rm}, \Theta \setminus \Theta_{Rm}) \quad (9)$$

при условии, что значения параметров множества $\Theta \setminus \Theta_{Rm}$ фиксированы и известны, может рассматриваться как **факторная (ресурсная) потенциальная функция**, характеризующая зависимость потенциала предприятия P от ресурсного фактора, в данном случае – от величины запасов материальных ресурсов, а ее значения – как оценки **ресурсного потенциала** предприятия при соответствующих состояниях предприятия и внешней среды, определяемых той или иной комбинацией значений параметров множества $\Theta \setminus \Theta_{Rm}$.

Очевидно по аналогии, что потенциальная функция P_{Rl} может рассматриваться как факторная потенциальная функция, отражающая влияние на величину потенциала предприятия трудовых ресурсов, т.е. как функция кадрового (трудового) потенциала предприятия.

$$P_{Rl} = \Psi(\Theta_{Rl}, \Theta \setminus \Theta_{Rl}) \quad (10)$$

При известных значениях параметров множества $\Theta \setminus \Theta_{Rl}$ каждой величине (и качеству) трудовых ресурсов предприятия такая функция ставит в соответствие определенный уровень потенциала (трудового, кадрового потенциала), т.е. максимально возможный при имеющемся персонале и в соответствующих условиях уровень чистой прибыли предприятия.

Как легко видеть, и функция ресурсного потенциала предприятия P_{Rm} , и функция трудового потенциала P_{Rl} являются частным (факторным) случаем потенциальной функции P , некоторые из параметров которой в факторных функциях считаются фиксированными (постоянными). На примере ресурсного и трудового потенциалов, как и соответствующих факторных потенциальных функций, также можно видеть, что экономический смысл эти потенциалы и функции имеют лишь при осмысленном, а не произвольном, подборе факторов.

Обозначим множество параметров $\{D_{jj}\}$ через Θ_D . Тогда потенциальная функция P_D будет представлять собой факторную потенциальную функцию, отражающую влияние состояния рынка продукции предприятия (рыночного спроса) на уровень потенциала предприятия:

$$P_D = \Psi(\Theta_D, \Theta \setminus \Theta_D), \quad (11)$$

который в данном случае условно можно считать рыночно-сбытовым потенциалом предприятия.

Рассмотрим далее производственную функцию q_j , описывающую технологию производства продукции j -го вида, и соответствующее ей множество параметров α_j . Если исключить в модели предприятия (1)-(8) влияние прочих лимитирующих факторов, таких как спрос на продукцию предприятия, запасы производственных ресурсов и т.п. (это обычно достигается исключением из модели соответствующих ограничений либо заданием сколь угодно больших значений лимитирующим параметрам), то потенциал предприятия P будет иметь смысл потенциала данной технологии.

Пусть $\Theta_\alpha \{ \alpha_j \}_j$ – множество всех технологических параметров модели. Тогда с учетом действий, описанных выше, потенциал предприятия P_T будет иметь смысл технологического потенциала, а факторная потенциальная функция

$$P_T = \Psi(\Theta_\alpha, \Theta \setminus \Theta_\alpha) \quad (12)$$

– отражать зависимость потенциала предприятия от состояния (характеристик) системы применяемых на предприятии технологий производства. В этой связи заметим, что, если в модели предприятия заменить целевую функцию (1) на функцию вида

$$P = \max_x \sum_j p_j q_j, \quad (13)$$

либо обнулить цены на ресурсы и ставку налога на прибыль в исходной целевой функции, то технологический потенциал P_T приобретает смысл производственной мощности предприятия.

Рассмотрим множество параметров $\{p_j\}_j$ (обозначив его как Θ_p), отражающих цены рынка на продукцию, выпускаемую предприятием. Сами по себе эти параметры характеризуют ценовую конъюнктуру рынка, однако в составе модели потенциала они выступают в качестве (группового) фактора, формирующего потенциал предприятия. Соответствующая факторная потенциальная функция

$$P_p = \Psi(\Theta_p, \Theta \setminus \Theta_p) \quad (14)$$

описывает зависимость потенциала предприятия от ценовой конъюнктуры рынка продукции, а отвечающий различным состояниям этого рынка потенциал предприятия является факторным и условно может быть назван ценово-продуктным потенциалом предприятия.

В целом очевидно, что каждому сочетанию параметров модели предприятия, имеющему содержательный экономический смысл, например, такому, как множество параметров $\Theta_D \cup \Theta_p$, характеризующих рынок продукции, можно поставить в соответствие свой факторный потенциал и соответствующую ему факторную потенциальную функцию.

Как следует из изложенного выше, оценки потенциалов, включая факторные, являются прогнозными, характеризуют максимально возможные результаты, которые может достичь предприятие при осуществлении той или иной деятельности в определенных условиях, т.е. ориентированы в будущее. Поэтому оценки потенциалов (далее для простоты и наглядности будем иметь в виду оценки экономического потенциала предприятия) могут быть использованы для целей выяснения скрытых и будущих проблем предприятия.

Один из базовых вариантов использования потенциалов состоит в оценке его уровня при различных прогнозных сценариях развития внешнеэкономической среды предприятия. В этом случае неудовлетворительные оценки экономического потенциала при том или ином сценарии укажут на неизбежные проблемы с доходностью предприятия в будущем, их причины и необходимость принятия адекватных мер.

Существенно более широкие возможности анализа и выработки управляющих решений предоставляет построение и анализ потенциальных функций, включая факторные функции.

Знание факторных потенциальных функций предприятия, отражающих влияние внешних факторов на потенциал предприятия, находящегося в текущем на момент оценки состоянии, позволяет оценить весь

спектр всевозможных внешних условий с позиций угрозы для доходности предприятия. С учетом вероятности наступления тех или иных условий, а также степени риска, которые они несут, следует формировать цели и программу мероприятий по совершенствованию деятельности и развитию предприятия, направленные на предотвращение указанных рисков.

Факторные потенциальные функции, характеризующие зависимость потенциала предприятия от эндогенных параметров, могут быть использованы для выявления узких мест в деятельности предприятия и его состоянии как наиболее актуальных направлений развития предприятия. Примером этому может служить ресурсный потенциал предприятия, который, помимо запасов ресурсов, зависит в рассмотренной модели и от эффективности их использования, т.е. от соответствующих параметров производственных функций $\{\varphi_j\}$. Типичными для повышения ресурсного потенциала предприятия в этом случае являются мероприятия по рациональному использованию ресурсов, внедрению новых технологий производства, переход на выпуск новой продукции, требующей использования других ресурсов либо тех же ресурсов, но в другом сочетании, использование других ресурсов или ресурсов другого качества для выпуска традиционной продукции и т.п.

Анализ общих потенциальных функций предприятия открывает типичные для анализа функций многих переменных возможности. Для задач управления, прежде всего важен анализ чувствительности функции (уровня потенциала) к изменению аргументов, результаты которого позволяют ранжировать факторы (и группы факторов) по степени их влияния на величину потенциала. Анализ экстремумов потенциальных функции позволяет выявить наиболее и наименее благоприятные с точки зрения уровня потенциала области эндогенных и экзогенных параметров. Результаты этих и подобных их анализов могут быть использованы для обоснования наиболее перспективных целей повышения эффективности деятельности предприятия, его доходности на длительной основе.

Таким образом, оценки потенциалов и потенциальные функции могут стать мощным инструментом анализа на этапе выявления проблем в функционировании предприятия и выбора основных направлений их решения.

Выводы. В рамках зародившейся в последнее десятилетие и активно развиваемой рядом ученых концепции потенциалов в экономике как способности экономических субъектов к осуществлению имманентно присущей им деятельности потенциалы экономических субъектов рассматриваются как признаки, характеризующие максимально возможный совокупный результат такой деятельности. При этом носителями потенциалов на микроэкономическом уровне являются предприятия в целом и их произвольные структурные подразделения вплоть до простейших. Вследствие этого основными классификационными признаками предприятия являются вид экономического субъекта и вид деятельности.

Уровень любого потенциала предприятия как определенной характеристики результатов некоторой его деятельности зависит от большого числа качественно разнородных факторов. Определение понятия фактора потенциала как произвольное параметр (свойство) предприятия или внешней среды, изменение которого приводит к изменению величины потенциала, позволяет рассматривать фактор как третий основной признак классификации потенциалов, в основе которой должна лежать соответствующая классификация факторов, оказывающих влияние на уровень потенциалов предприятия.

Зависимость потенциалов предприятия от факторов обуславливает точечный (условный) характер оценок потенциалов, отражающих уровень потенциала при фиксированных известных значениях (при определенных условия) всех факторов, и позволяет поставить в соответствие потенциальные функции, описывающие зависимость уровня потенциалов от значений влияющих на них факторов.

Потенциальные функции от одного фактора или факторов некоторого подмножества полного множества факторов представляют собой факторные потенциальные функции, отражающие зависимость величины потенциала от указанного фактора (группы факторов). Значения факторных потенциальных функций целесообразно рассматривать как оценки факторных потенциалов, концепция которых в рамках данной теории противопоставляется ресурсной концепции и характерным ей трактовкам понятий ресурсного и кадрового потенциалов предприятия как несостоятельным с методологической точки зрения.

Концептуальные экономико-математические модели предприятия позволяют дать однозначные экономические и экономико-математические интерпретации всем указанным понятиям и обосновать, опираясь на информационную наполненность соответствующих оценок потенциалов, наиболее целесообразные пути их использования в задачах управления предприятиями.

Как показано на примере экономического потенциала, модель потенциала в статическом случае может быть представлена в виде задачи максимизации чистой прибыли предприятия, оптимальное значение которой отражает уровень потенциала (максимально возможную при заданном состоянии предприятия и внешних условиях чистую прибыль). Потенциальной функцией в таком случае выступает зависимость оптимального решения указанной задачи от значений всех параметров задачи. Потенциальная функция от одного либо группы параметров модели потенциала предприятия (факторов) при условии элиминации действия всех прочих факторов представляет собой факторную потенциальную функцию, отвечающую данному фактору (группе факторов). Значения этой функции при определенных состояниях данного фактора (факторов) характеризуют уровень соответствующего факторного потенциала.

Такое информационное содержание оценок потенциалов и потенциальных функций обуславливает сферы их продуктивного применения. Это, прежде всего, задачи анализа эффективности регулярной деятельности предприятия, выявления текущих либо будущих проблем, формирования целей при разработке программ повышения эффективности функционирования промышленного предприятия и его развития в рамках стратегического управления.

Литература

22. Alyokhin A.V. Economic theory of potential. Quasi axiomatic approach to modeling and measurement / A.V. Alyokhin, A.V. Brutman // Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. – 2015. – № 3, Т. 2. – С. 91–105.
23. Карапейчик И.Н. Оценка инновационного потенциала машиностроительных предприятий : монография / Карапейчик И.Н. – Мариуполь : "Новый мир", 2011. – 184 с.
24. Карапейчик И.Н. Понятие потенциала в экономике: задачи и направления исследований / И.Н. Карапейчик // Актуальні проблеми економіки, 2012. – № 7 (133). – С. 16–25.
25. Алёхин А.Б. Жизнеспособность промышленных предприятий: формализация и оценка / А.Б. Алёхин // Вісник Маріупольського державного університету. Серія "Економіка". – 2012. – Вип. 3. – С. 22–31.
26. Алёхин А.Б. Измерение жизнеспособности предприятия как задача принятия решений в условиях неопределенности (математические интерпретации) / А.Б. Алёхин, Н.Н. Ванина // Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. – 2012. – № 5, Т. 1. – С. 11–18.
27. Алёхин А.Б. Обобщенные признаки предприятий, регионов и национальных экономик: проблема измерения и новые подходы / А.Б. Алёхин // Економіст, 2011. – № 8. – С. 24–29.
28. Диленко В.А. Математические модели формирования и анализа экономического потенциала / В.А. Диленко, О.В. Захарова // Проблемы развития внешнеэкономических связей и привлечения иностранных инвестиций: региональный аспект : сб. науч. тр. : статьи. – Донецк, 2009. – С. 202–208.
29. Савчук С.И. Уровень конкурентоспособности предприятий: новый методический подход к оценке / С.И. Савчук // Ринкова економіка: сучасна теорія і практика управління : зб. наук. праць. – Одеса, 2004. – Т. 7, Вип. 8. – С. 340–346.
30. Карапейчик И.Н. Потенциальные функции и задача систематизации потенциалов в экономике / И.Н. Карапейчик // Інноваційні економіка. – 2012. – № 4(30). – С. 9–15.
31. Алёхин А.Б. Анализ динамики потенциала предприятий с применением математического моделирования и статистических методов / А.Б. Алёхин, А.Б. Брутман // Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. – 2014. – № 3, Т. 4. – С. 12–17.
32. Брутман А.Б. Конкурентоспособность предприятий: оценка на основе их потенциалов : монография / Брутман А.Б. – Запорожье : ООО "ЛИПС" ЛТД, 2012. – 220 с.
33. Карапейчик И.Н. Обобщенный анализ потенциала предприятия как функции параметров внешней среды (теоретический подход) / И.Н. Карапейчик // Проблеми економіки. – 2013. – № 3. – С. 199–207.
34. Карапейчик И.Н. Особенности влияния параметров состояния предприятия на его экономический потенциал в зоне убыточности / И.Н. Карапейчик // Бизнес Информ. – 2013. – № 8. – С. 261–269.
35. Карапейчик И.Н. Классификация потенциалов экономических субъектов: методологические аспекты и возможные решения / И.Н. Карапейчик // Актуальні проблеми економіки. – 2013. – № 1(139). – С. 20–31.
36. Шпак С.А. Потенциалы как объекты стратегического управления развитием промышленных предприятиями / С.А. Шпак // Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. – 2017. – № 4. – С. 238–245.
37. Карапейчик И.Н. Носители потенциалов в экономической теории [Электронный ресурс] / И.Н. Карапейчик // Ефективна економіка. – 2012. – № 8. – Режим доступа : <http://www.economy.nayka.com.ua/index.php?op=1&z=1324>.
38. Шпак С.А. Теоретические основания стратегического управления реструктуризацией предприятий на основе потенциалов / С.А. Шпак // Бизнес Информ. – 2017. – № 4. – С. 347–356.
39. Савчук С.И. Основы теории конкурентоспособности / Савчук С.И. – Мариуполь : ИПРЭИ НАН Украины, Рената, 2007. – 520 с.
40. Алёхин А.Б. Сравнительный анализ функционального и оптимизационного подходов к оценке экономического потенциала предприятий / А.Б. Алёхин, Н.Н. Ванина // Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. – 2014. – № 2, Т. 2. – С. 14–19.
41. Карапейчик И.Н. Факторный подход к оценке потенциалов: ограничения и возможности / И.Н. Карапейчик // Уральский научный вестник. – 2013. – № 6 (54). – С. 42–57.
42. Карапейчик И.Н. О сущности и соотношении понятий экономического и производственного потенциалов / И.Н. Карапейчик // Бизнес Информ. – 2012. – № 4. – Часть 2. – С. 10–13.

References

1. Alyokhin A.V. Economic theory of potential. Quasi axiomatic approach to modeling and measurement / A.V. Alyokhin, A.V. Brutman // Herald of Khmelnytskyi National University. – 2015. – № 3, T.2. Ekonomichni nauky. – S. 91-105.
2. Karapeychik I.N. Otsenka innovatsionnogo potentsiala mashinostroitel'nykh predpriyatiy : monografiya / Ka-rapeychik I.N. – Mariupol': "Novyy mir", 2011. – 184 s.

3. Karapeychik I.N. Ponyatie potentsiala v ekonomike: zadachi i napravleniya issledovaniy / I.N. Karapeychik // Aktual'ni problemy ekonomiky, 2012. – № 7 (133). – S. 16-25.
4. Alekhin A.B. Zhiznesposobnost' promyshlennykh predpriyatiy: formalizatsiya i otsenka / A.B. Alekhin // Visnyk Mariupol'skogo derzhavnogo universytetu. Seriya "Ekonomika". – 2012. – Vyp. 3. – S. 22-31.
5. Alekhin A.B. Izmerenie zhiznesposobnosti predpriyatiya kak zadacha prinyatiya resheniy v usloviyakh neoprede-lennosti (matematicheskie interpretatsii) / A.B. Alekhin, N.N. Vanina // Herald of Khmelnytskyi National University. – 2012. – № 5, T. 1, Ekonomichni nauky. – S. 11-18.
6. Alekhin A.B. Obobshchennye priznaki predpriyatiy, regionov i natsional'nykh ekonomik: problema izmereniya i novye podkhody / A.B. Alekhin // Ekonomist, 2011. – № 8. – S. 24-29.
7. Dilenko V.A. Matematicheskie modeli formirovaniya i analiza ekonomicheskogo potentsiala // Problemy raz-vitiya vneshneekonomicheskikh svyazey i privlecheniya inostrannykh investitsiy: regional'nyy aspekt : sb. nauch. tr. : stat'i / V.A. Dilenko, O.V. Zakharova. – Donetsk, 2009. – S. 202-208.
8. Savchuk S.I. Uroven' konkurentosposobnosti predpriyatiy: novyy metodicheskyy podkhod k otsenke / S.I. Sav-chuk // Rynkova ekonomika: suchasna teoriya i praktyka upravlinnja : zb. nauk. prac'. – Odesa, 2004. – T. 7, Vyp. 8. – S. 340-346.
9. Karapeychik I.N. Potentsial'nye funktsii i zadacha sistematizatsii potentsialov v ekonomike / I.N. Karapeychik // Innovacijni ekonomika. – 2012. – № 4(30). – S. 9-15.
10. Alekhin A.B. Analiz dinamiki potentsiala predpriyatiy s primeneniem matematicheskogo modelirovaniya i statisticheskikh metodov / A.B. Alekhin, A.B. Brutman // Herald of Khmelnytskyi National University. – 2014. – № 3, T. 4, Ekonomichni nauky. – S. 12-17.11.
11. Brutman A.B. Konkurentosposobnost' predpriyatiy: otsenka na osnove ikh potentsialov : monografiya / Brutman A.B. – Zaporozh'e: OOO "LIPS" LTD, 2012. – 220 s.
12. Karapeychik I.N. Obobshchennyy analiz potentsiala predpriyatiya kak funktsii parametrov vneshney sredy (teo-reticheskiy podkhod) / I.N. Karapeychik // Problemy ekonomiky. – 2013. – № 3. – S. 199-207.
13. Karapeychik I.N. Osobennosti vliyaniya parametrov sostoyaniya predpriyatiya na ego ekonomicheskyy potentsial v zone ubytochnosti / I.N. Karapeychik // Biznes Inform. – 2013. – № 8. – S. 261-269.
14. Karapeychik I.N. Klassifikatsiya potentsialov ekonomicheskikh sub"ektov: metodologicheskie aspekty i voz-mozhnye resheniya / I.N. Karapeychik // Aktual'ni problemy ekonomiky. – 2013. – № 1(139). – S. 20-31.15.
15. Shpak S.A. Potentsialy kak obekty strategicheskogo upravleniya razvitiem promyshlennykh predpriyatiyami / S.A. Shpak // Herald of Khmelnytskyi National University. – 2017. – № 4. Ekonomichni nauky – S. 238-245.
16. Karapeychik I.N. Nositeli potentsialov v ekonomicheskoy teorii / I.N. Karapeychik // Efektivna ekonomika. – 2012. – № 8. – Rezhim dostupa k zhurn. : <http://www.economy.nayka.com.ua/index.php?op=1&z=1324>.
17. Shpak S.A. Teoreticheskie osnovaniya strategicheskogo upravleniya restrukturyzatsiyey predpriyatiy na osnove potentsialov / S.A. Shpak // Biznes Inform. – 2017. – № 4. – S. 347-356.
18. Savchuk S.I. Osnovy teorii konkurentosposobnosti / Savchuk S.I. – Mariupol': IPREEI NAN Ukrainy, Re-nata, 2007. – 520 s.
19. Alekhin A.B. Sravnitel'nyy analiz funktsional'nogo i optimizatsionnogo podkhodov k otsenke ekonomicheskogo potentsiala predpriyatiy / A.B. Alekhin, N.N. Vanina // Herald of Khmelnytskyi National University. – 2014. – № 2, T. 2, Ekonomichni nauky. – S. 14-19.
20. Karapeychik I.N. Faktornyy podkhod k otsenke potentsialov: ogranicheniya i vozmozhnosti / I.N. Karapeychik // Ural'skiy nauchnyy vestnik. – 2013. – № 6 (54). – S. 42-57.
21. Karapeychik I.N. O sushchnosti i sootnoshenii ponyatiy ekonomicheskogo i proizvodstvennogo potentsialov / I.N. Karapeychik // Biznes Inform, 2012. – № 4. – Chast' 2. – S. 10-13.

Рецензія/Peer review : 18.05.2018
Надрукована/Printed : 04.06.2018
Рецензент: д. е. н., проф. Альохін О. Б.

ПЛАНУВАННЯ РЕСУРСНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ПІДПРИЄМСТВА

УДК 658.8

ЗАЛОЗНОВА Ю. С.,
ТРУШКІНА Н. В.,
КОЧЕШКОВА І. М.

Інститут економіки промисловості НАН України, м. Київ

**СИСТЕМНИЙ ПІДХІД ДО УПРАВЛІННЯ РИЗИКАМИ
ЛОГІСТИЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ**

Виявлено ризики логістичної діяльності підприємств, які умовно систематизовано в 2 групи: екзогенні (політичні, інституційні, ринкові, фінансові, екологічні) та ендогенні (пов'язані з процесами матеріально-технічного забезпечення, формування запасів, економічні, транспортні, збутові, інформаційні). Обґрунтовано доцільність застосування системного підходу до управління ризиками логістичної діяльності. Запропоновано комплекс заходів щодо нівелювання ризиків логістичної діяльності підприємств.

Ключові слова: підприємство, логістична діяльність, ризик, управління ризиками, системний підхід.

ZALOZNOVA YU.,
TRUSHKINA N.,
KOCESHKOVA I.

The Institute of Industrial Economics of NAS Ukraine, Kyiv

**SYSTEM APPROACH TO RISK MANAGEMENT OF LOGISTIC ACTIVITY OF
ENTERPRISES**

The purpose of the article is to justify the expediency of applying a system approach to risk management of logistic activity of enterprises in conditions of instability and uncertainty. In order to increase competitiveness, enterprises should organize their logistic activity in such a way so as to minimize the level of risks associated with the logistics, production, stock formation, customer service, transportation and marketing of products. Risks of logistic activity of the enterprises are revealed, which are systematized into the following groups: exogenous (political, institutional, market, financial, environmental) and endogenous (related to logistics, stock formation, economic, transportation, marketing, information). It is proved that the essence of the system approach is to optimize the system of risk management through the implementation of principles (integrity, hierarchy of construction, structuring, multiplicity, integration) and the entire list of management functions (forecasting, planning, organization, accounting, control, analysis and regulation) processes of logistic activity of enterprises. The complex of measures for levelling the risks of logistic activity of enterprises is proposed: development and adoption of strategic decisions to risk management of logistic activity; development and implementation of a strategy for effective management of contractual relationships with suppliers, transport organizations, consumers using risk-oriented tools; implementation of integrated concepts and the organizational and economic mechanism of risk management.

Keywords: enterprise, logistic activity, risk, risk management, system approach.

Постановка проблеми. Мінливий, динамічний і непередбачуваний розвиток зовнішнього ринкового середовища є однією з причин різних видів ризиків господарської діяльності, у тому числі логістичної. Тому в сучасних умовах економічної нестабільності й невизначеності доцільним є комплексне управління ризиками логістичної діяльності в системі ризик-менеджменту підприємств.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Проблемним питанням управління ризиками в процесі організації логістичної діяльності присвячено значну кількість наукових праць провідних зарубіжних і вітчизняних учених [1–16]. Багато уваги науковцями і фахівцями приділяється розробці класифікацій логістичних ризиків; обґрунтуванню методичного підходу й практичного інструментарію до визначення логістичного ризику підприємства в умовах невизначеності; дослідженню зарубіжного досвіду у сфері ризик-менеджменту підприємств; обґрунтуванню доцільності застосування ризик-менеджменту в управлінні логістичними системами підприємств з метою оптимізації процесу прийняття раціональних рішень; розробці моделі ризик-менеджменту логістичних систем з деталізацією етапів і основних складових; визначенню напрямів удосконалення системного аналізу ризиків у логістичній діяльності підприємств тощо.

Разом з тим, незважаючи на таку пильну увагу до окресленої проблеми з боку вчених, актуальним залишається проведення наукових досліджень у напрямі вдосконалення управління ризиками логістичної діяльності підприємств з використанням системного підходу. Все це значною мірою обумовило вибір теми даного дослідження та його цільову спрямованість.

Формулювання цілі статті. Метою статті є обґрунтування доцільності застосування системного підходу до управління ризиками логістичної діяльності підприємств в умовах нестабільності.

Виклад основного матеріалу дослідження. Узагальнення спеціальної літератури свідчить про існування різноманітних наукових підходів до класифікації логістичних ризиків підприємств (табл. 1).

Як видно з табл., до основних видів ризиків, що впливають на результати логістичної діяльності підприємств і потребують врахування під час прийняття відповідних управлінських рішень, більшість науковців відносять ризики, які пов'язані з управлінням матеріальними ресурсами та запасами, логістичним менеджментом, організацією процесів транспортування, вантажопереробки, складування, збуту продукції, договірної роботи.

Таблиця 1

Логістичні ризики згідно з різними науковими концепціями

Перелік ризиків	Джерела							
	5	6	8	11	13	14	15	16
Ризик, пов'язаний з управлінням запасами	+	+	+				+	
Ризик здійснення логістичних операцій транспортування	+				+		+	
Ризик здійснення логістичних операцій складування	+				+		+	
Ризик логістичного менеджменту (адміністрування)	+					+	+	
Ризик здійснення логістичних операцій вантажопереробки	+						+	
Ризик незадовільного виконання договірних зобов'язань			+			+		
Ризик закупівлі й збуту					+	+		
Ризик тривалого терміну митного оформлення			+					
Ризик недостатнього рівня кваліфікації логістичного персоналу			+					
Комерційний ризик (зриви поставок чи недопоставок продукції, порушення строків поставок, невиконання фінансових зобов'язань)				+				+
Природний ризик (втрата майна в логістичних процесах)				+				
Ризик, зумовлений розкраданнями товарно-матеріальних цінностей				+				
Екологічний ризик				+				
Ризик виникнення цивільної відповідальності за збитки				+				
Технічний ризик (неефективне використання логістичної інфраструктури)				+				
Валютний ризик під час здійснення логістичних процесів				+				
Платіжний ризик (використання ненадійних форм розрахунків)				+				
Виробничий ризик					+			+
Ризик управління інформаційними потоками						+		
Ризик управління матеріальними ресурсами						+		
Ризик невірної обраної логістичної стратегії підприємства						+		
Ризик неузгодженості взаємодії між підрозділами відносно аналізу та витрачання ресурсів						+		
Ризик недостатнього контролю за всіма стадіями управління бізнес-процесами						+		
Ризик розриву зв'язків з логістичними партнерами						+		
Фінансовий ризик								+
Страховий ризик								+

Складено авторами за даними [5, с. 47; 6, с. 26; 8, с. 42; 11, с. 320; 13, с. 310; 14, с. 59; 15, с. 56; 16, с. 50].

Встановлено, що на підприємствах торгівлі виникають, як правило, 40% операційних ризиків, 25% функціональних, 25% ризиків макросередовища, 10% ризиків розширеного ланцюга доданої вартості [14, с. 61]. Обстеження компанії Deloitte дозволили визначити такі ризики: стратегічні та репутаційні, фінансові, операційні, комплаєнс-ризики, кібер-ризики.

Отже, як показують дослідження, при управлінні логістичною діяльністю підприємств доцільно враховувати множину ризиків, які умовно можна систематизувати в 2 групи: екзогенні та ендогенні ризики (рис. 1).

Для уникнення логістичних ризиків підприємств науковцями запропоновано впроваджувати концепцію адаптивного управління ризиками й інструменти процесного, антикризового та інноваційного управління ризиками [14, с. 60], а також використовувати такі інструменти, як страхування, лімітування, хеджування, диверсифікація, розподіл ризику, резервування коштів на покриття непередбачених витрат [16, с. 50].

У результаті дослідження доведено, що для вдосконалення організації логістичної діяльності підприємств з урахуванням впливу можливих ризиків доцільно використовувати системний підхід. Головне призначення даного підходу полягає в оптимізації системи ризик-менеджменту через реалізацію принципів (цілісність, ієрархічність побудови, структуризація, множинність, інтеграція) та всього переліку функцій управління (прогнозування, планування, організація, облік, контроль, аналіз і регулювання) комплексом послідовно здійснених процесів логістичної діяльності суб'єктів господарювання.

Висновки. Враховуючи вище зазначене, можна констатувати, що при організації логістичної діяльності підприємств виникає безліч ризиків, які необхідно враховувати. При цьому слід здійснювати постійний моніторинг, системний аналіз ризиків логістичної діяльності підприємств та на цій основі комплексно управляти ризиками за допомогою сукупності методів й інструментів, які дозволяють певною мірою прогнозувати настання ризикових подій та своєчасно вживати заходів щодо їх мінімізації та нівелювання. До таких заходів можна віднести розробку й прийняття стратегічних рішень щодо управління ризиками логістичної діяльності; розробку й реалізацію стратегії ефективного управління договірними відносинами з постачальниками, транспортними організаціями, споживачами із використанням

ризикоорієнтованих інструментів; впровадження інтегрованих концепцій і організаційно-економічного механізму управління ризиками.

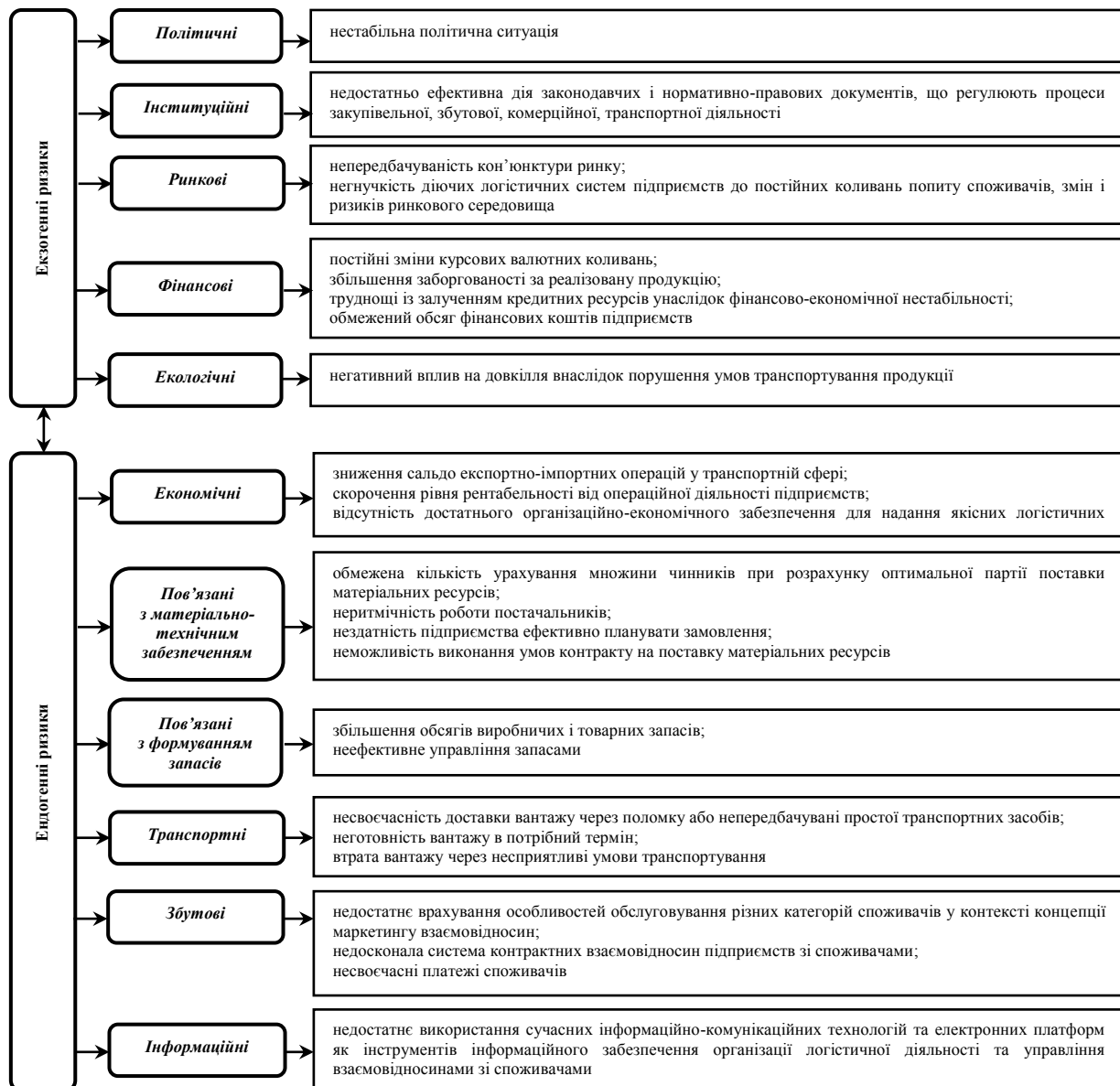


Рис. 1. Систематизація ризиків логістичної діяльності підприємств (авторська розробка)

Отже, для ефективного функціонування та стійкого розвитку підприємств в умовах нестабільності й невизначеності необхідно застосовувати системний підхід до управління ризиками логістичної діяльності. Це дозволить виявляти резерви щодо підвищення ефективності управління бізнес-процесами та науково обґрунтовано розробляти план заходів, спрямованих на оптимізацію часу, мінімізацію витрат на організацію логістичної діяльності, раціональне використання ресурсів, забезпечення вимог до якості надання логістичних послуг у ланцюзі поставок продукції, трансформацію партнерських взаємовідносин, гнучке реагування на зміни в ринковому середовищі.

Перспективи подальших досліджень полягають у розробці механізму та практичних рекомендацій з управління ризиками логістичної діяльності підприємств.

Література

1. Damodaran A. Strategic risk taking: A framework for risk management / A. Damodaran. – Pennsylvania: Pearson Prentice Hall, 2008. – 408 p.
2. Fuchs H. Risk management in logistics systems / H. Fuchs, J.W. Wohinz // Advances in Production Engineering & Management. – 2009. – Vol. 4, No 4. – P. 233–242.
3. Andersen T. Strategic risk management practice; How to deal effectively with major corporate exposures / T. Andersen, P. Schreder. – Cambridge: Cambridge University Press, 2010. – 268 p.
4. Crouhy M. Risk management / M. Crouhy, D. Galai, R. Mark. – New York: McGraw-Hill, 2012. – 390 p.

5. Мамчин М.М. Вплив логістичних ризиків на підвищення ефективності діяльності підприємств / М.М. Мамчин, О.А. Русановська // Вісник Національного університету «Львівська політехніка». – 2011. – № 720. – С. 45–51.
6. Шпачук В.П. Щодо дослідження впливу ризиків на витрати об'єктів логістичної системи / В.П. Шпачук, Я.В. Санько // Восточно-Европейский журнал передовых технологий. – 2012. – № 2/3 (56). – С. 26–28.
7. Кондратенко Н.О. Інструменти управління та методи оцінки ризиків у логістичних системах / Н.О. Кондратенко, О.О. Лобашов // Комунальне господарство міст. – 2012. – Вип. 102. – С. 343–350.
8. Хромих А.Г. Методичні підходи до оцінки й управління логістичними ризиками в діяльності контрактно-дослідних організацій у сфері клінічних досліджень / А.Г. Хромих, О.В. Посилкіна, М.І. Сидоренко // Управління та економіка в фармацевтиці. – 2013. – № 1 (27). – С. 36–44.
9. Волосович С.В. Страхування ризиків кредитної системи : монографія / С.В. Волосович. – Київ : КНТЕУ, 2013. – 388 с.
10. Вітлінський В.В. Концептуальні засади моделювання та управління логістичним ризиком підприємства / В.В. Вітлінський, В.І. Скілько // Проблеми економіки. – 2013. – № 4. – С. 246–253.
11. Економіка логістики / Є.В. Крикавський, О.А. Похильченко, Н.В. Чернописька, О.С. Костюк, Н.Б. Савіна, С.М. Нікшич, Л.Я. Якимішин ; за заг. ред. Є.В. Крикавського, О.А. Похильченко. – Львів : Видавництво Львівської політехніки, 2014. – 640 с.
12. Короткий Ю.В. Оцінка логістичних ризиків машинобудівного підприємства / Ю.В. Короткий // Економічні науки. – 2014. – № 11 (41). – Ч. 2. – С. 159–166.
13. Кулик Ю.М. Організаційні та прикладні засади ризик-менеджменту логістичних систем вітчизняних підприємств / Ю.М. Кулик // Економічний форум. – 2015. – № 3. – С. 306–311.
14. Ільченко Н.Б. Оцінювання логістичних ризиків підприємства торгівлі / Н.Б. Ільченко // Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету : зб. наук. праць. Сер. Економіка і менеджмент. – Одеса : Міжнародний гуманітарний ун-т, 2016. – Вип. 15. – С. 58–62.
15. Гришко В.В. Системний аналіз ризиків у логістичній діяльності промислового підприємства / В.В. Гришко, М.В. Гунченко // Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету : зб. наук. праць. Сер. Економіка і менеджмент. – Одеса : Міжнародний гуманітарний ун-т, 2016. – Вип. 17. – С. 54–58.
16. Євтушенко Г.В. Особливості управління ризиками в аграрному секторі економіки / Г.В. Євтушенко, Н.Я. Тимків, А.А. Шешеня // Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету : зб. наук. праць. Сер. Економіка і менеджмент. – Одеса : Міжнародний гуманітарний ун-т, 2016. – Вип. 17. – С. 49–52.

References

1. Damodaran A. Strategic risk taking: A framework for risk management / A. Damodaran. – Pennsylvania: Pearson Prentice Hall, 2008. – 408 p.
2. Fuchs H. Risk management in logistics systems / H. Fuchs, J.W. Wohinz // Advances in Production Engineering & Management. – 2009. – Vol. 4, No 4. – P. 233–242.
3. Andersen T. Strategic risk management practice; How to deal effectively with major corporate exposures / T. Andersen, P. Schreder. – Cambridge: Cambridge University Press, 2010. – 268 p.
4. Crouhy M. Risk management / M. Crouhy, D. Galai, R. Mark. – New York: McGraw-Hill, 2012. – 390 p.
5. Mamchyn M.M. Vplyv lohystychnykh ryzykiv na pidvyshchennia efektyvnosti diialnosti pidpriemstv / M.M. Mamchyn, O.A. Rusanovska // Visnyk Natsionalnoho universytetu «Lvivska politehnika». – 2011. – № 720. – S. 45–51.
6. Shpachuk V.P. Shchodo doslidzhennia vplyvu ryzykiv na vytraty ob'ektiv lohystychnoi systemy / V.P. Shpachuk, Ya.V. Sanko // Vostochno-Evropeyskyi zhurnalпередовыkh tekhnolohiy. – 2012. – № 2/3 (56). – S. 26–28.
7. Kondratenko N.O. Instrumenty upravlinnia ta metody otsinky ryzykiv u lohystychnykh systemakh / N.O. Kondratenko, O.O. Lobashov // Komunalne hospodarstvo mist. – 2012. – Vyp. 102. – S. 343–350.
8. Khromykh A.H. Metodychni pidkhody do otsinky y upravlinnia lohystychnymy ryzykamy v diialnosti kontraktno-doslidnykh orhanizatsii u sferi klinichnykh doslidzen / A.H. Khromykh, O.V. Posylkina, M.I. Sydorenko // Upravlinnia ta ekonomika v farmatsii. – 2013. – № 1 (27). – S. 36–44.
9. Volosovych S.V. Strakhuvannia ryzykiv kredytnoi systemy : monohrafiia / S.V. Volosovych. – Kyiv : KNTEU, 2013. – 388 s.
10. Vitlinskyi V.V. Kontseptualni zasady modeliuвання ta upravlinnia lohystychnym ryzykom pidpriemstva / V.V. Vitlinskyi, V.I. Skitsko // Problemy ekonomiky. – 2013. – № 4. – S. 246–253.
11. Ekonomika lohistyky / Ye.V. Krykavskiy, O.A. Pokhylchenko, N.V. Chornopyska, O.S. Kostiuk, N.B. Savina, S.M. Nikshych, L.Ia. Yakymyshyn ; za zah. red. Ye.V. Krykavskoho, O.A. Pokhylchenko. – Lviv : Vydavnytstvo Lvivskoi politehniki, 2014. – 640 s.
12. Korotkyi Yu.V. Otsinka lohystychnykh ryzykiv mashynobudivnoho pidpriemstva / Yu.V. Korotkyi // Ekonomichni nauky. – 2014. – № 11 (41). – Ch. 2. – S. 159–166.
13. Kulyk Yu.M. Orhanizatsiini ta prykladni zasady ryzyk-menedzhmentu lohystychnykh system vitchyznianskykh pidpriemstv / Yu.M. Kulyk // Ekonomichnyi forum. – 2015. – № 3. – S. 306–311.
14. Ilchenko N.B. Otsiniuvannia lohystychnykh ryzykiv pidpriemstva torhivli / N.B. Ilchenko // Naukovyi visnyk Mizhnarodnoho humanitarnoho universytetu : zb. nauk. prats. Ser. Ekonomika i menedzhment. – Odessa : Mizhnarodnyi humanitarnyi un-t, 2016. – Vyp. 15. – S. 58–62.
15. Hryshko V.V. Systemnyi analiz ryzykiv u lohystychnii diialnosti promyslovoho pidpriemstva / V.V. Hryshko, M.V. Hunchenko // Naukovyi visnyk Mizhnarodnoho humanitarnoho universytetu : zb. nauk. prats. Ser. Ekonomika i menedzhment. – Odessa : Mizhnarodnyi humanitarnyi un-t, 2016. – Vyp. 17. – S. 54–58.
16. Ievtushenko H.V. Osoblyvosti upravlinnia ryzykamy v ahrarnomu sektori ekonomiky / H.V. Yevtushenko, N.Ia. Tymkiv, A.A. Sheshenia // Naukovyi visnyk Mizhnarodnoho humanitarnoho universytetu : zb. nauk. prats. Ser. Ekonomika i menedzhment. – Odessa : Mizhnarodnyi humanitarnyi un-t, 2016. – Vyp. 17. – S. 49–52.

Рецензія/Peer review : 12.05.2018
Надрукована/Printed : 02.06.2018
Рецензент: д. е. н., проф. Орлов О. О.

УДК 65.014.1

КОЗАЧЕНКО Г. В.,
ПОГОРЕЛОВ Ю. С.,
БІЛОУСОВА А. Ю.

Полтавський національний технічний університет імені Юрія Кондратюка

ФУНКЦІЇ МЕНЕДЖМЕНТУ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА

Показано доцільність виділення менеджменту розвитку як функціонального виду менеджменту підприємства, наголошено на його спрямованості на майбутнє підприємства. Надано перелік та розкрито зміст функцій менеджменту розвитку підприємства, показано особливості їхньої реалізації. Надано особливості менеджменту розвитку підприємства у стратегічному та поточному управлінні.

Ключові слова: підприємство, розвиток, менеджмент, функція, стратегія.

KOZACHENKO G.,
POGORELOV Y.,
BILOUSOVA A.

Poltava National technical Yuri Kondratyuk University

FUNCTIONS OF ENTERPRISE DEVELOPMENT MANAGEMENT

Aim of the article is proving of expediency of consideration of enterprise development management as the particular functional kind of enterprise management. Specification of results. Enterprise development is considered as objected in the process of development ability of an enterprise to improvement by implementing controllable changes in enterprise activity that causes to transformation of the enterprise to the qualitatively new state. Development management means using aggregate of technologies to impact on professional behaviour of enterprise personnel with the aim of targeting such behaviour to reaching aims of development (or to making processes in enterprise activity, if results of such processes provide coming enterprise to a qualitatively new state). Managerial actions in borders of functions in development management of the enterprise are combined into some functions. Content of such functions is considered from the position of enterprise personnel actions about enterprise development, impact on professional behaviour of the personnel and attitude of enterprise managers (owners) to made work. Development management is done on two levels of enterprise managing simultaneously – strategic level and operational one. Conclusions. Object of development management is development of the enterprise. It demands attention of managerial specialists because results of enterprise development are very important for it and enterprise development as an aggregate of controllable qualitative and quantitative changes in enterprise activity is continuing during long period of time.

Keywords: enterprise, development, management, function, changes, new state, employees, impact.

Вступ. Постійно та неухильно зростаюча складність управлінської діяльності на підприємстві, необхідність відповідати сучасним вимогам до управління підприємством зумовлюють появу нових об'єктів управлінського впливу, що становляться об'єктами функціональних видів менеджменту підприємства (менеджмент-маркетинг, менеджмент персоналу, менеджмент інновацій тощо). Одним з таких функціональних видів менеджменту підприємства, поява якого зумовлена низкою обставин об'єктивного характеру, є менеджмент розвитку підприємства.

Розвиток підприємства внаслідок його складності, спрямованості на майбутнє часто упускається з уваги керівників (власників) підприємства або йому належить другорядне місце через надмірну концентрацію уваги керівництва підприємства на питаннях поточної діяльності. Якими б важливими вони не були, поточні питання не мають затуляти майбутнє підприємства, шлях до якого забезпечує розвиток підприємства.

На багатьох вітчизняних підприємствах сьогодні є структурні підрозділи з розвитку або посадові особи, до компетенції яких належить вирішення цієї проблеми. Але, як показали проведені дослідження, часто компетенцію цих структурних підрозділів визначено виходячи з дуже вузького тлумачення поняття "розвиток підприємства". Тому найчастіше такі структурні підрозділи займаються просторовим розширенням підприємства у вигляді створення нових торгових точок (торговельні підприємства), створення філій та відокремлених структурних підрозділів, зарубіжних представництв (виробничі підприємства) або питаннями реорганізації підприємства у вигляді створення дочірніх або спільних підприємств, злиттям та поглинанням. Не оспороюючи важливість таких дій підприємства, все ж такі слід зауважити, що розвиток підприємства лише до них не зводиться.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Розвиток підприємства становить собою об'єктивізовану у процесі розвитку властивість (спроможність) підприємства до розвитку шляхом здійснення керіваних змін в діяльності підприємства та адаптації до некерваних змін різноманітного характеру, результатом чого є перехід підприємства до якісно нового стану.

Розвиток підприємства відбувається за рахунок якісних та кількісних змін у всіх функціональних підсистемах підприємства (виробничій, обслуговування, відтворення та управління) та управління (виробничій, маркетинговій, інноваційній, фінансовій, кадровій) за різноманітними напрямками (наприклад,

Філіпішин І.В. зазначив на такі напрями, як підвищення якості продукції, безперервне поліпшення (KAIZEN), антикризове управління, розширення функціональних можливостей підприємства, реінжиніринг бізнес-процесів, підвищення ефективності діяльності, організаційне навчання [1]). Такі зміни, що є численними, різними за масштабом, напрямками та наслідками, відбуваються еволюційним або революційним шляхом, потребують відповідного забезпечення (ресурсного, інформаційного, інституційного, документального, організаційного тощо), здійснюються працівниками підприємства з урахуванням різноманітних обставин (вимог, потреб, вибраного вектора розвитку, наявності ресурсів та розподілу їхнього надходження на підприємство у часі та ін.). Зазначені обставини потребують координації дій працівників підприємства у часі та просторі з урахуванням їхньої мотивації до здійснення таких дій, участі у ньому, особистих якостей та професійної підготовленості, готовності та спроможності адаптуватися до змін, що відбулися (або відбуваються). Комплексним інструментарієм координації дій працівників підприємства з метою здійснення змін в діяльності підприємства (тобто з метою розвитку підприємства) є управління розвитком, менеджмент розвитку, адміністрування та керівництво розвитком.

У багатьох випадках дефініції "управління розвитком" та "менеджмент розвитку" застосовуються як синонімічні, дефініції "адміністрування розвитком" та "керівництво розвитком" зустрічаються значно рідше. Проте ці дефініції різняться за змістом, що визначено за результатами аналізу фундаментальних наукових праць з менеджменту підприємства [2–5]:

управління розвитком підприємства становить собою сукупність управлінських впливів та дій, що оформлені у вигляді управлінських рішень щодо змін в діяльності підприємства, реалізація яких за умови дотримання первинних вимог має перевести підприємство з деякого вихідного стану до якісно нового стану;

менеджмент розвитку підприємства становить собою сукупність технологій впливу на професійну поведінку працівників підприємства (комплекс методів, способів, прийомів та процедур) з метою спрямування її на досягнення цілей розвитку (або на процеси в діяльності підприємства, результати яких забезпечують його перехід до якісно нового стану);

адміністрування є один з багатьох інструментів менеджменту розвитку підприємства, що дозволяє з використанням бюрократичних інструментів доводити до працівників підприємства завдання з розвитку, які вони мають виконувати відповідно до їхньої компетенції, взаємоув'язка цих завдань у часі та просторі, забезпечення їхнього виконання відповідними ресурсами, контроль за виконання цих завдань, їхнє корегування відповідно до умов, що складаються;

керівництво розвитком підприємства становить собою дії управлінського персоналу із застосування в практиці управління технологій впливу на професійну поведінку працівників підприємства стосовно конкретних працівників, колективів працівників (формальних і неформальних).

Якщо управління розвитком підприємства тривалий час вже становить предмет дослідження, то щодо менеджменту розвитку підприємства наукові дослідження поки ще нечисленні (виняток становить проблематики менеджменту розвитку персоналу підприємства).

Метою статті є розгляд функцій менеджменту розвитку підприємства, розкриття їхнього змісту та особливостей реалізації у менеджменті розвитку підприємства на стратегічному та поточному рівнях.

Вклад основного матеріалу. Менеджмент розвитку підприємства передбачає застосування сукупності технологій впливу на професійну поведінку працівників підприємства з метою спрямування її на досягнення цілей розвитку (або на процеси в діяльності підприємства, результати яких забезпечують його перехід до якісно нового стану). Такі технології дуже різноманітні, що потребує їхнього поділу на конкретні види, який дозволяє конкретизувати сферу застосування технологій. Для такого поділу доцільно використати функціональний підхід, що знайшов широке використання в управлінні підприємством, оскільки дозволяє редукувати до конкретних виконавців цілі розвитку підприємства, трансформували їх у набір конкретних дій, процесів або процедур, що входять до компетенції кожної посадової особи. Основою функціонального підходу є функція, що в управлінні становить собою спеціалізований вид управлінської діяльності, тобто певний перелік функціонально зумовлених робіт, що виконуються для у вирішенні управлінських завдань [6, с. 85].

Управлінські роботи, що виконуються у межах функцій менеджменту розвитку підприємства, доцільно поєднати у кілька функцій (табл. 1). Зміст таких функцій розкрито з позиції дій фахівців підприємства щодо розвитку підприємства, впливу на їхню професійну поведінку та ставлення до виконуваної роботи керівників (власників) підприємства.

Реалізації всіх функцій менеджменту розвитку підприємства має передувати оцінювання результатів розвитку підприємства у попередніх періодах. Такі оцінки виступають аналітичною базою у встановленні цілей розвитку, термінів його здійснення, виборі вектору розвитку, дозволяють виявити допущені помилки та прорахунки, інгібітори та каталізатори розвитку.

Планування розвитку підприємства починається з визначення вектора розвитку, за якими, за Дж. Гараєдагі [7, с.], увагу розвитку сконцентровано на продукції підприємства, застосовуваних технологіях або ринках, де присутня або може бути присутня продукція підприємства. Вибір як вектора розвитку одного з наданих Дж. Гараєдагі напрямів домінуючої уваги напрямів не означає нехтування іншими, просто з трьох векторів один набуває статусу домінуючого, а інші – допоміжного.

Таблиця 1

Зміст функцій менеджменту розвитку підприємства

Функція менеджменту розвитку підприємства	Зміст функцій
Оцінювання результатів розвитку підприємства у попередніх періодах	Процес формування в керівників (власників) та фахівців підприємства уявлення про стан підприємства, який є результатом розвитку у попередньому періоді, визначення, чи є такий стан дійсно якісно новим, з'ясування нових можливостей підприємства, які становитимуть підставу для розроблення стратегії діяльності підприємства та орієнтири для планування його подальшого розвитку
Планування розвитку підприємства	Опис майбутнього якісно нового стану підприємства з використанням системи параметрів (показників), змін в діяльності підприємства, що мають бути здійснені, визначення видів, обсягів та термінів використання ресурсів, необхідних для здійснення змін
Організація розвитку підприємства	Формування відносин між працівниками підприємства з приводу здійснення змін в діяльності підприємства, які базуються на розподілі завдань щодо здійснення запланованих змін в діяльності підприємства у конкретний термін, компетенції працівників у цій діяльності (права, обов'язки, відповідальність), інформаційному обміну між ними (за ієрархією та гетерархією) та координації дій працівників.
Аудит процесу розвитку підприємства	Періодично здійснювана перевірка перебігу запланованих процесів в діяльності підприємства, що мають привести у певний термін до планованих змін, витрат ресурсів, що супроводжують ці процеси, з метою визначення відповідності реальних процесів запланованим, можливості здійснити визначені зміни, необхідності внесення коректив до цих процесів, оцінювання дій посадових осіб в межах їхньої компетенції щодо розвитку підприємства
Мотивація працівників до участі у розвитку підприємства	Формування в працівників таке ставлення до здійснення запланованих змін в діяльності підприємства, яке дозволить значною мірою заохотити їх використовувати наявні в них знання, досвід, організаційний капітал, професійні знання тощо у здійсненні змін (або, як мінімум, не перешкоджати цим змінам)

Планування розвитку становить собою формування сукупності взаємопов'язаних у часі та просторі дій, метою яких є здійснення змін в діяльності підприємства, які необхідні для того, щоб підприємство перейшло до якісно нового стану.

Планування розвитку підприємства здійснюється за функціональними підсистемами підприємства та управління ним, дії з розвитку підприємства вносяться в плани структурних підрозділів підприємства.

Планування розвитку підприємства передбачає:

- визначення майбутнього стану підприємства, який описано з використанням сукупності кількісних або квазі-кількісних параметрів;
- визначення сукупності локалізованих за функціональними підсистемами підприємства та управління ним змін, що мають перевести підприємство з наявного до якісно нового стану;
- взаємоув'язка змін у функціональних підсистемах підприємства та управління ним з метою створення єдиної картини змін;
- визначення сукупності дій, результатом здійснення яких будуть зміни у функціональних підсистемах підприємства та управління ним;
- взаємоув'язка дій у функціональних підсистемах підприємства та управління ним з метою створення єдиної картини дій;
- визначення видів, обсягів та вартості ресурсів, які необхідні для дій зі здійснення змін у функціональних підсистемах підприємства та управління, розподіл потреби у різноманітних ресурсах у часі.

Організація розвитку є наскрізною функцією, що реалізується в будь-якій з описаних функцій менеджменту розвитку. Тому слід говорити про організацію оцінювання результатів розвитку, організацію планування, організацію контроль розвитку тощо. Реалізація відносин між працівниками підприємства з приводу здійснення змін в діяльності підприємства має забезпечити у запланований термін перехід підприємства до якісного нового стану.

Організація є системною функцією менеджменту розвитку, реалізація якої слугує стрижнем та базою виконання інших його функцій. Саме системний характер організації як функції менеджменту розвитку зумовлює високі складнощі в її реалізації і масштабні негативні наслідки, якщо виникають збої та невідповідності в її реалізації. Причинами цього є:

- різне уявлення про завдання, яке має бути виконане, через різний досвід, професійний рівень, різне особисте ставлення до змін, які необхідно здійснити, сприйняття виконуваних змін з позиції власних інтересів, збої в інформаційних комунікаціях;
- особові відносини людей у спільній діяльності, що виникають через причини суто психологічного характеру (симпатії, антипатії, різні психотипи, конфлікти, особливо у латентній формі);

- розрив в інформаційних комунікаціях по вертикалі, коли цілі розвитку не трансформовано у конкретні завдання для виконавців або такі завдання сформульовано у загальному вигляді, розпливчато; такому випадку завдання працівники підприємства тлумачать на свій розсуд, виходячи з власних уявлень;

- рухливість цілей розвитку завдяки внесеним корегуванням, що потребує внесення змін (іноді значних) у попередні завдання щодо розвитку підприємства.

Менеджмент розвитку реалізується на двох рівнях управління підприємством – стратегічному та поточному (рис. 1).

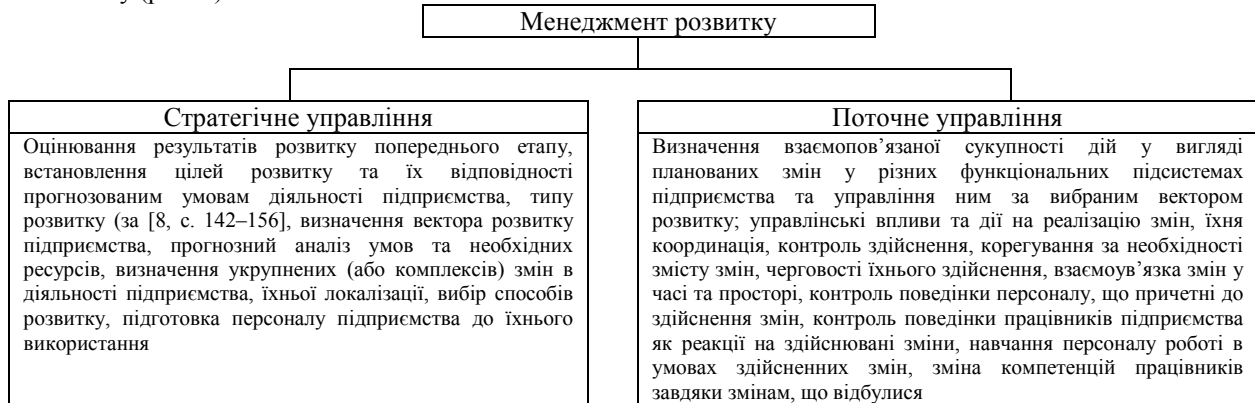


Рис. 1. Менеджмент розвитку у стратегічному та поточному управлінні підприємством

Висновки. Отже, менеджмент розвитку є ще одним з функціональних видів менеджменту підприємства. Його об'єктом є розвиток підприємства, який не може залишатися поза увагою управлінських працівників, оскільки результати розвитку є дуже важливими для підприємства, а сам розвиток як сукупність контрольованих якісних та кількісних змін в діяльності підприємства здійснюється протягом достатньо тривалого часу.

Література

1. Філіпішин І. В. Управління розвитком промислових підприємств: підходи та методологія / І. В. Філіпішин // Теоретичні і практичні аспекти економіки та інтелектуальної власності. – 2015. – Вип. 2(3). – С. 39–44.
2. Гершун А. Технологии сбалансированного управления / Гершун А., Горский М. – Москва : Олим-Бизнес, 2006. – 416 с.
3. Грозний І. С. Развитие промислового виробництва: методи, моделі та інструменти : монографія / Грозний І. С. – Донецьк : СПД Купріянов В. С., 2010. – 330 с.
4. Мельник Л. Г. Фундаментальные основы развития : монография / Мельник Л. Г. – Сумы : ИТД «Университетская книга», 2003. – 288 с.
5. Сучасні концепції менеджменту : навч. посібник / за ред. Л. І. Федулової. – Київ : ЦУЛ, 2007. – 536 с.
6. Современные технологии управления промышленным предприятием / А. Э. Воронкова, А. В. Козаченко, С. К. Рамазанов. – Київ : Либра, 2007. – 256 с.
7. Гараедаги Дж. Системное мышление: Как управлять хаосом и сложными процессами: Платформа для моделирования архитектуры бизнеса / Гараедаги Дж. ; [пер. с англ. Е. И. Недбальской] ; [науч. ред. Е. В. Кузнецова]. – Минск : Гревцов Паблишер, 2007. – 480 с.
8. Погорелов Ю. С. Природа, рушійні сили та способи розвитку підприємства : монографія / Погорелов Ю. С. – Харків : AdvATM, 2010. – 352 с.

References

1. Filipishyn I. V. Upravlinnia rozvytkom promyslovykh pidpriumstv: pidkhody ta metodolohiia / I. V. Filipishyn // Teoretychni i praktychni aspekty ekonomiky ta intelektualnoi vlasnosti. – 2015. – Vyp. 2(3). – S. 39–44.
2. Gershun A. Tehnologii sbalansirovannogo upravleniya / Gershun A., Gorskiy M. – Moskva : Olim-Biznes, 2006. – 416 s.
3. Hroznyi I. S. Rozvytok promyslovoho vyrobnytstva: metody, modeli ta instrumenty : monohra-fiia / Hroznyi I. S. – Donetsk : SPD Kupriianov V. S., 2010. – 330 s.
4. Melnik L. G. Fundamentalnyie osnovyi razvitiya : monografiya / Melnik L. G. – Sumy : ITD «Universitetskaya kniga», 2003. – 288 s.
5. Suchasni kontseptsii menezhmentu : navch. posibnyk / za red. L. I. Fedulovoi. – Kyiv : TsUL, 2007. – 536 s.
6. Sovremennyye tehnologii upravleniya promyshlennym predpriyatiem / A. E. Voronkova, A. V. Kozachenko, S. K. Ramazanov. – Kyiv : Libra, 2007. – 256 s.
7. Garaedagi Dj. Sistemnoe myshlenie: Kak upravlyat haosom i slojnyimi protsessami: Plat-forma dlya modelirovaniya arhitekturyi biznesa / Garaedagi Dj. ; [per. s angl. E. I. Nedbalskoy] ; [nauch. red. E. V. Kuznetsova]. – Minsk : Grevtsov Pablisher, 2007. – 480 s.
8. Pohorelov Yu. S. Pryroda, rushiini syly ta sposoby rozvytku pidpriumstva : monohrafiia / Po-horelov Yu. S. – Kharkiv : AdvATM, 2010. – 352 s.

Рецензія/Peer review : 21.05.2018
Надрукована/Printed : 05.06.2018
Рецензент: д. е. н., доцент, Черниш І. В.

UDC 336.27

RYASNYKH E.,
SAVCHENKO O.
Khmelnytsky National University

GOVERNMENT FINANCIAL MANAGEMENT POLICY IN UKRAINE

Below is a critical analysis of the state of government financial management, and management of the state budget in particular. The negative influence of state debt on fiscal and tax policy is described, the number of recommendations regarding improvement of its efficiency are presented.

Key words: state budget, state budget policy, taxes, state debt.

РЯСНИХ Є. Г.,
САВЧЕНКО О. В.
Хмельницький національний університет

ДЕРЖАВНА ПОЛІТИКА ФІНАНСОВОГО УПРАВЛІННЯ В УКРАЇНІ

У статті наведено критичний аналіз стану державного управління фінансами, зокрема державним бюджетом, показано негативний вплив державного боргу на бюджетно-податкову політику та надана низка рекомендацій щодо підвищення її ефективності.

Ключові слова: державний бюджет, державна бюджетна політика, податки, державний борг.

Since 90s of the last century Ukraine has been in a deep economic crisis caused by the absence of a clear strategy of development. The desire to be accepted by the European Community is forcing government to be guided by the advices of the foreign instructors in various kinds of reforms without real possibilities of economic development and raising living standards. This not only improves, but still deepens the economic crisis, which also intensifies the political crisis. All this harmfully affects the state of public finances.

According to the views of leading economists, fiscal policy has become the most vulnerable problem of modern economy. Analyzing the public financial management system, most of economists emphasize on the need of its deep real reforming, which should lie on the budget improvement by changing the paradigm of fiscal policy.

There is a critical analysis of modern approaches to the development of fiscal policy and some suggestions for its improvement in the article.

The problems of public finances are constantly discussed by Ukrainian scientists, such as V. Andrushchenko, O. Vasilik, V. Geyets, T. Kizyma, S. Klimov, A. Krysovaty, T. Merkulova, A. Moldovan, S. Uriy, etc. Underlining its weaknesses, they correctly stress the necessity of taking into account all factors that determine the directions of its activities and comply with social development laws.

A. Moldovan [1] underlines the importance of effective public resources management and notes that misbalances and problems in public finance provoke economic threats of national scale, especially when they reach a critical level. Other researchers analyze the possibility of adapting public finance to the European integration reforms, emphasizing their vulnerability and the need for real changes in fiscal policy. Some authors stress the need to identify "weaknesses" of the budgeting process and eliminate them to improve budget security.

According to our opinion, Ukraine has no system of strategic planning of state finances reform, which affects all other declared reforms in different sectors - health and education, municipal and so on. Therefore, they do not provide the expected results and are not supported by the majority of the population.

Of course, certain positive improvements in public financial management during the period of independence were made. This applies to Budget and Tax Codes. But they have a lot of inconsistencies and problems. Thus, some rules in Budget Code contradict the law of local self-government and its focus on building the effective budget system is not enough.

Despite some positive aspects introduced by the Tax Code, it did not create real conditions for budget profits replenishments and the needs of small and medium businesses are still not considered, as well as the population taxation remains imperfect.

With respect to proportional income tax rate, if we want to join the European community, their values, then we should follow the system of progressive taxation, according to which the main tax burden does not lie on the poor population. In addition, this system will contribute to levelling of real incomes, reducing their sharp stratification and, consequently, reducing the level of revolutionary sentiment. The approach to small business taxation, requires to be strengthening incentives to its exit from shadow and accelerating of its development.

In the stagnation of the economy it is essential to develop effective ways of demand increasing by reducing indirect taxes on consumer goods. According to statistics, over the past four years, the population started to buy goods by four times less. In many advanced economies there are differentiated tax rate from complete exemption to

high taxes on luxury goods. Without the development of domestic consumption there will be no real economic growth and certainly no increase in revenue.

Regarding the sources of the state budget we must say about proceeds from privatization of state property. Taking into account the sad experience of previous years, when the main objects of state property (about 56%) were sold at give-away prices without going through a competitive tender, we can hardly believe that privatization of public enterprises will bring enough money to the budget.

Confessing liberal model of economic development, which currently starts being refused by top market economies, such as the US, the government sells out the most significant state properties, which influence the budget formation, thus reducing the sources of the state budget.

Recently the deficiency type of fiscal policy became dominant when certain level of spending is declared and then the necessary revenues are determined. It's roots go back to the Soviet Union period, when Ukraine inherited the significant budget deficit, which it failed to overcome for all the years of independence, consequently, due to financial borrowing to cover budget deficit, public debt was continuously growing. Table 1 shows the dynamics of public debt growing during 2004–2017 years. As it is seen from the growing YoY rates (compared to the previous period), the highest growth rates relate to the last period which increases the economic insecurity of our country.

Table 1

Public and publicly guaranteed debt in 2004–2017 [2]

Years	Total debt (mln UAH)	YoY,%
2004	85400.0	-
2005	78100.0	91.5
2006	80500.0	103.1
2007	88800.0	110.3
2008	189400.0	213.3
2009	316885.0	167.3
2010	432235.0	136.4
2011	473122.0	109.5
2012	515511.0	109.0
2013	584114.0	113.3
2014	1100564.0	188.4
2015	1572180.0	142.9
2016	1929759.0	122.7
2017	2141674.0	111.0

The structure of government debt has a very significant role and is presented in the Table 2.

Table 2

Structure of the state debt of Ukraine in 2009 -2017 GG, mln UAH [2]

Years	External debt	Domestic debt	debt Structure
2009	211751.7	105132.9	0.67 / 0.33
2010	276745.6	155489.8	0.64 / 0.36
2011	299413.9	173707.7	0.63 / 0.37
2012	308999.8	206510.7	0.59 / 0.41
2013	300025.4	284088.7	0.51 / 0.49
2014	611697.1	488866.9	0.55 / 0.45
2015	1042719.6	529460.6	0.66 / 0.34
2016	1240028.7	689730.0	0.64 / 0.36
2017	1374995.5	766678.9	0.64 / 0.36

As the table above shows, the external debt exceeds the domestic one in all the years and it is increased by 6 times during the period. That increasing was caused by devaluation of hryvna and growing borrowing from the IMF. As we think, this structure of public debt, with the advantage of external one, is very dangerous. Although in dollar terms such abrupt changes are not so obvious, we should not forget that for paying for the external debts there are less and less foreign incomes, and debt burden becomes higher as nearly 65% of public debt borrowings should be returned in foreign currencies. In the structure of external debt of Ukraine in 2017, 71.4% of debt consists of US dollars, but in common about 98.9% of debt is in foreign currency (table 3).

The structure of the debt would be less threatening if it prevailed in the domestic currency. Looking for "cheap" money Ukraine hit the "trap" of the IMF with its requirements about changing in social policy, pension legislation, tariffs for gas and others. By the way, if you follow the IMF demands to raise once again the level of gas prices, the state budget could not stand the growing size of subsidies, which will reach about 71 billion UAH in 2018.

Table 3

The currency structure of the gross external debt of Ukraine in 2017 [3]

	Currency	%	Eq. mln. USD
USD	U.S. dollar	71.4	83236.6
EUR	Euro	12.7	14805.4
XDZ	SDR	12.0	13989.4
RUB	Russian ruble	1.9	2215.0
UAH	Ukrainian hryvnia	1.1	1282.4

By the end of 2018 Ministry of Finance forecasts growing of state debt limit size by 2.3 times.

Nowadays the US Federal Reserve began increasing interest rates and if this policy will be followed by the Bank of Japan, China, the UK, the situation in the debt markets will deteriorate quickly. Investments would be impossible, the risk of not only corporate, but also sovereign defaults would grow.

The IMF analysts are concerned about the situation in developing countries. They believe that about 40% of low-income countries today are influenced by negative financial trends.

Ukraine, which has not come out from the previous financial crisis and has public debt for the January 1, 2018 in the amount of 2.14 trillion USD, will be one of the first to enter the danger zone. Our country has an open economy that depends on prices for raw materials export, energy, fertilizers, etc., is very susceptible to external shocks.

There is a perception in government circles that Ukraine will not survive without external borrowing. Indeed, given the huge external debt, the repayment of which in 2018 will reach 175.7 billion USD, it seems necessary to adhere to IMF terms to get the next tranche and to send it to repay part of the debt. But, according to our view, this is the way to abyss. The debts continue to accumulate, the lack of development of economy is not going to help in paying for it in the future. Even if Ukraine's GDP will grow, its growing will be absorbed by debts.

It is not possible to rely on foreign investment. Statistics show that amount of domestic capital investment is on average 3-7 times higher than external. Even during the most attractive investment climate of 2008 when capital investments reached about 272.1 billion UAH. (51.7 billion Dollars), foreign investments accounted for only 3% of this amount. In addition, foreign investors come mainly to the financial and insurance sectors due to the NBU capitalization of the banking system.

At the same time, a significant part of internal resources stays useless, which our population prefer to save in foreign currency because of uncertainty in maintaining. According to cautious estimates of experts their size can reach almost half of all hryvna cash [4]. This can be a powerful source of investment in the economy, if a reliable and effective mechanism for their involvement is developed and implemented.

The situation with the formation and using of budgetary funds does not become clear. The practice of discussing of the draft budget and tax proposals with scientists, analysts, journalists, which was started in the early 90's is depreciated. This could help to avoid many mistakes in fiscal policy and could deprive it of the influence of certain political groups' preferences.

It seems that there are struggles against violators of budgetary discipline, corruption in public procurement, etc. in Ukraine, but the real consequences of this struggle are not seen.

So summarizing the above we can propose next steps for improvement of fiscal policy in Ukraine:

1. It is necessary to develop medium and long-term forecasts of the budget and tax policy, based on forecasts of socio-economic development and expose them to a broad discussion of scientists with illumination in the media.
2. As leading specialists recommend, it is important to set the boundaries of the debt burden to the state budget with clear responsibility for its violation.
3. It is necessary to reduce the debt dependence on foreign loans, including from the IMF, relying more on the internal sources.
4. To utilize provided financing for purposes of economic development rather than on current needs.
5. To demand from foreign creditors to revise the dysfunctional restructuring of public debt.
6. To go over from proportional to progressive practice of income tax.
7. Finally – to change the policy of privatization of state enterprises abandoning, the effective sale of objects that will fill the state treasury.

References

1. Moldovan A. The new stage of public finance reform in Ukraine: key priorities and goals / A. Moldovan // Public finance management. – 2014. – № 8. – S. 57–69.
2. Public Debts of Ukraine [Electronic resource]. – Access : <https://index.minfin.com.ua/ua/finance/debtgov/>
3. Gross external debt of Ukraine [Electronic resource]. – Access : <https://index.minfin.com.ua/ua/economy/foreigndebt/>
4. Golud O. The Gray Zone. How many dollars are in Ukraine and that is the volume of "black" market exchange [Electronic resource] / O. Golud, I. Pionkiska. – Access : <https://www.epravda.com.ua/publications/2016/10/20/608529/>

Рецензія/Peer review : 12.05.2018

Надрукована/Printed : 31.05.2018

Рецензент: д. е. н., проф. Ковальчук С. В.

УДК 657

ВАСИЛЬКІВСЬКИЙ Д. М.,
МАТЮХ С. А.
Хмельницький національний університет

АНАЛІЗ ЕФЕКТИВНОСТІ ВИКОРИСТАННЯ ОСНОВНИХ ЗАСОБІВ ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ

У статті, виходячи зі зроблених висновків, констатується, що основні засоби складають виробничу потужність підприємств, виступають показником їх технічної оснащеності, безпосередньо пов'язані з ефективністю використання трудових ресурсів, механізацією і автоматизацією виробничого процесу, затратоємністю продукції і рівнем її прибутковості. Доведено, що питання ефективності використання основних засобів займають важливе місце в роботі виробничих підприємств. Автором розглянуті питання аналізу ефективності використання та управління основними засобами українських підприємств.

Ключові слова: основні засоби, майно, управління, вартість, фондівіддача, фондомісткість, фондорентабельність, аналіз, факторний аналіз.

VASYLKYVSKYI D.,
MATIUKH S.
Khmelnitsky National University

ANALYSIS OF EFFICIENCY OF USE OF FIXED ASSETS OF THE INDUSTRIAL ENTERPRISE

Fixed assets comprise production capacity of enterprises are an indicator of their technical equipment, directly associated with the efficiency of labour, mechanization and automation of the production process, statement of products and its profitability. In this connection, the issues of efficient use of fixed assets occupy an important place in the work of industrial enterprises. This article deals with the analysis of efficiency of use and management of fixed assets of Russian enterprises. Peculiarities of accounting and analytical support of asset management. Provides a list of indicators of efficiency of use of fixed assets. The basic directions of increase of efficiency of use of fixed assets like growth factor production potential of the enterprise. The efficiency of the use of fixed assets is disclosed through indicators of return on assets, capital and stock funds. Factor analysis is defined as a method of complex and systematic study and measurement of the influence of factors on the magnitude of the effective indicator. Factors as a result of the analysis receive a quantitative and qualitative assessment. Each indicator in turn can act as a factor, and effective. To solve the problem of increasing the efficiency of the use of fixed assets and obtaining the desired results in the enterprise must be developed concrete ways aimed at improving the use of fixed assets, the practical application of which will allow the use of reserves available at enterprises to improve their efficiency, as well as identify the main factors contributing to this. The main task of preserving fixed assets is internal control, for which, in advance, in the course of periodic planned inspections, it is necessary to identify the violations of the rules of storage of material values, which may lead to: theft, shortage, damage and other losses of fixed assets. When controlling the availability of fixed assets, that is, in the process of inventory, it is expedient to independently conduct a check on the compliance of data analytical and synthetic accounting and the actual availability of values by the results of inventory. Directions of increasing the efficiency of the use of fixed assets should be determined by the existing state of the enterprise, due to the influence of external and internal factors of the environment of its functioning. Increasing the efficiency of the use of fixed assets is an important reserve for improving the efficiency of the enterprise itself, and is to achieve the greatest results at an appropriate level of development.

Keywords: fixed assets, property, management, value, capital productivity, capital intensity, analysis, and factor analysis.

Постановка проблеми. В умовах посилення внутрішньої конкуренції, вдосконалення управління основними засобами розглядається як один з головних чинників підвищення ефективності промислового виробництва. Основні засоби використовуються в роботі практично всіх організацій і являють собою частину майна організації, як правило, використовується в якості засобів праці при виробництві продукції (робіт, послуг) або для управлінських потреб підприємств протягом тривалого часу [1]. Вони є найбільш значущою складовою частиною необоротних активів виробничих підприємств. У зв'язку з чим, стан і ефективне їх використання безпосередньо впливають на кінцеві результати фінансово-господарської діяльності підприємств: зміни продуктивності праці, фондівіддачі, обсягів випуску продукції і послуг, рівня їх собівартості, а головне – зростання доходу.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. До дослідження питань аналізу ефективності основних засобів як складної і багатоаспектної проблеми зверталися багато дослідників. Важливе значення мають роботи таких дослідників, як Аскеров П. Ф., Грязева С.В., Гарифулліна А. А., Спанчинцев В.Ю. та ін. В ході дослідження теми застосовувалися загальні наукові та спеціальні методи, вивчення наукової літератури.

Основними засобами виступає майно підприємства при одночасному виконанні наступних умов:

- воно призначене для використання у виробництві або для управлінських потреб організації;
- майно буде використовуватися понад 12 місяців;
- організація не збирається його перепродувати;
- майно може приносити дохід [2].

Мета статті – розкриття та визначення сутності основних засобів промислових підприємств, систематизація принципів управління ними, створення умов для формування ефективності використання основних засобів підприємства, які формуються під впливом внутрішніх і зовнішніх факторів.

Виклад основного матеріалу. У бухгалтерському балансі основні засоби відображають за залишковою вартістю, тобто за їх первісною вартістю за вирахуванням нарахованої амортизації [3]. У додатку до бухгалтерського балансу і звіту про фінансові результати основні засоби відображають за первісною вартістю, і також вказують розмір нарахованої за ними амортизації [4].

Гарифулліна А. А. [5] зазначає, що в нових економічних умовах поряд з традиційними способами оцінки основних засобів за первісною, відновною та залишковою вартістю у вітчизняній практиці обліку під час оцінки основних засобів доцільно використовувати амортизовану, ліквідаційну, відшкодовану, дисконтовану і справедливую вартість, як це рекомендується IAS 16, IAS 41, IAS 36.

Економічне значення основних засобів на мікрорівні, рівні підприємств полягає в тому, що основні засоби в якості необоротного майна підприємства виступають базою економічного потенціалу господарюючого суб'єкта, визначають його матеріально-технічний стан; створюють передумови для збільшення обсягів виробництва, а, отже, впливають на ефективність розвитку підприємства в цілому. Основні засоби багато в чому визначають технічний і технологічний рівень підприємства, якість і асортимент його виробленої продукції або надання послуг і виконуваних робіт. Результат експлуатації основних засобів виражається в обсязі виробленої продукції.

Грязева Є.В. [6] виділяє набір аналітичних і облікових процедур, виконання яких сприятиме побудові ефективної системи управління основними засобами підприємств різних галузей. Зазначені елементи моделі обліково-аналітичного забезпечення управління основними засобами є єдиною базою формування інформації, необхідної для проведення аналізу основних засобів [7]. Підсумки аналізу ефективності використання основних засобів дозволяють приймати стратегічні рішення і підвищувати якість управління.

Аналіз ефективності використання основних засобів виступає складовою управлінського обліку і дає відповіді на наступні питання:

- як вплинув стан основних фондів на продуктивність праці і яка динаміка;
- який ступінь завантаження устаткування;
- чи потрібно проводити ремонт основних засобів та наскільки економічно виправданими будуть додаткові вкладення.

Необхідно відзначити, що аналіз ефективності використання основних засобів дозволяє прийняти стратегічні рішення [8]:

- про збільшення або скорочення устаткування (закупівлю, консервації, продажу, взяття / передачі в оренду);
- про проведення ремонту (з визначенням його масштабу), модернізації;
- про зміну кількості обслуговуючого персоналу і необхідності його навчання.

Ефективність використання основних засобів розкривається через показники фондівіддачі, фондомісткості і фондорентабельності [9]. Детальніше зупинимося на способах їх розрахунку, а також їх значення в загальному аналізі діяльності організації.

Ключовим показником ефективності використання основних засобів є фондівіддача основних засобів – показник, що відображає вартість випуску продукції і наданих послуг, яка припадає на гривню середньорічної залишкової вартості основних засобів.

Наступний показник ефективності використання основних засобів протилежний фондівіддачі і відображає вартість основних засобів, необхідних для виробництва однієї гривні продукції або послуг.

Фондорентабельність відображає вже не виробничу, а прибуткову ефективність основних засобів і є відношенням прибутку (валовий, від продажів, до оподаткування, чистого) до середньорічної залишкової вартості основних засобів:

Ефективність використання основних засобів підприємства формується під впливом внутрішніх і зовнішніх факторів. Факторний аналіз – це методика комплексного і системного вивчення і вимірювання впливу факторів на величину результативного показника. Фактори в результаті аналізу отримують кількісну і якісну оцінку. Кожен показник може, в свою чергу, виступати і в ролі факторного, і результативного [10].

Для вирішення завдання підвищення ефективності використання основних засобів та отримання бажаних результатів в діяльності підприємства повинні бути розроблені конкретні шляхи, спрямовані на поліпшення використання основних засобів, практичне застосування яких дозволить використовувати наявні на підприємствах резерви підвищення їх ефективності, а також визначити основні чинники, що сприяють цьому.

Так, важливою умовою ефективності використання основних засобів виступає забезпечення схоронності даного виду майна і запобігання випадкам крадіжок, недостач, псування, втрат, для чого на підприємстві необхідно створити належні умови зберігання основних засобів у виробничих підрозділах і на об'єктах господарювання. Головним завданням збереження основних засобів є внутрішній контроль, для чого, завчасно, в ході періодичних планових перевірок, необхідно виявляти факти порушення правил зберігання матеріальних цінностей, які можуть привести до: крадіжки, недостачі, псування та інших втрат

основних засобів. Необхідно завчасне інформування керівника підприємства для негайного вжиття заходів щодо усунення згаданих фактів.

При контролі основних засобів необхідно використовувати документальний і фактичний прийоми. Більше уваги в господарській діяльності слід приділити і проведенню інвентаризації основних засобів, яка є одним з важливих етапів контролю, оскільки за допомогою інвентаризації контролюється робота матеріально-відповідальних осіб за збереженням інвентарних об'єктів.

При контролі за наявністю основних засобів, тобто в процесі інвентаризації, доцільно окремо проводити перевірку відповідності даних аналітичного і синтетичного обліку та фактичної наявності цінностей за результатами інвентаризації. Так, ревізійній комісії в першу чергу необхідно подбати про проведення не тільки повних, але і при необхідності часткових контрольних або вибіркової інвентаризації об'єктів основних засобів. Для ефективного проведення інвентаризації основних засобів необхідно підібрати і укомплектувати інвентаризаційні комісії досвідченими фахівцями, саме з обліку об'єктів основних засобів (агрономами, інженерами, працівниками бухгалтерської служби, представниками виконавчої влади).

Напрями підвищення ефективності використання основних засобів повинні визначатися існуючим станом підприємства, обумовленим впливом зовнішніх і внутрішніх факторів середовища його функціонування. Підвищення ефективності використання основних засобів є важливим резервом підвищення ефективності діяльності самого підприємства, і полягає в досягненні найбільших результатів при відповідному рівні розвитку.

Поліпшення використання основних засобів може бути забезпечено двома шляхами: інтенсивним і екстенсивним [10]. Інтенсивний шлях характеризується підвищенням завантаження устаткування і збільшенням рівня використання їх потужностей підприємства. Основними напрямками підвищення інтенсивного використання обладнання є: 1) вдосконалення технологій і організації виконання робіт; 2) правильний вибір машин і робочого обладнання; 3) впровадження сучасних технологій.

Основними шляхами екстенсивного поліпшення використання обладнання на підприємстві є:

- 1) безперервне постачання підприємства сировиною, матеріалами, паливом, електроенергією;
- 2) своєчасне усунення виявлених диспропорцій, в окремих цехах і виробничих ділянках, що дозволить підприємству здійснювати свою діяльність перманентно;
- 3) усунення причин нерівномірної роботи підприємства, що призводить до недовикористання обладнання в цілому.

Висновки. Отже, модернізація основних засобів має велике практичне значення на шляху до скорочення рівня витрат і збільшення ефективності використання основних фондів на виробництві, що дуже актуально в період дестабілізації економіки. Таким чином, підприємства повинні не тільки прагнути їх модернізувати, але і максимально ефективно використовувати, особливо в існуючих умовах дефіциту фінансів і виробничих інвестицій.

Для того, щоб використання основних засобів було економічно вигідним і ефективним, необхідно не тільки стежити за його технічним станом, а також: 1) залучати фахівців при проведенні складних ремонтів; 2) вивчати ринки виробництва; 3) залучати фахівців маркетингового відділу; 4) підвищувати рівень спеціалізації виробництва; 5) застосовувати передові технології; усунувати простій; 6) модернізувати обладнання; 7) покращувати склад, структуру і стан основних засобів підприємства; 8) знижувати фондомісткість; 9) підвищувати фондівіддачу і продуктивність праці на підприємстві; 10) підвищувати якість ремонтів.

Усі перелічені заходи допоможуть підприємству більш повно і ефективно використовувати основні засоби, що обов'язково позначиться на зростанні рентабельності підприємства.

Література

1. Бабаєв Ю. А. Теорія бухгалтерського обліку / Ю. А. Бабаєв. – К. : Вища школа, 2017. – 692 с.
2. Бабяк Н. Д. Амортизаційна політика підприємства на сучасному етапі реформування економіки України / Н. Д. Бабяк // Теорія і практика перебудови економіки. 2001. – С. 61–64.
3. Борисов А. Б. Большой экономический словарь / А. Б. Борисов. – М. : Книжный мир, 1999. – 894 с.
4. Бутинець Ф. Ф. Бухгалтерський словник / Ф. Ф. Бутинець. – Житомир : ПП «Рута», 2001. – 224 с.
5. Основні засоби : Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 7 : затверджене наказом Міністерства фінансів України від 27 квітня 2000 р. за № 92 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon1.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=z0288-00>
6. Основні засоби : Міжнародний стандарт бухгалтерського обліку 16 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : www.minfin.gov.ua.
7. Податковий кодекс України : Кодекс України від 02.12.2017 № 2755-VI / Верховна Рада України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon1.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=2755-17>
8. Сук Л. К. Облік власного капіталу / Л. К. Сук, П. Л. Сук // Бухгалтерія в сільському господарстві. – 2015. – № 14. – С. 43–47.
9. Фінансовий звіт суб'єкта малого підприємництва : Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 25 : затв. наказом Міністерства фінансів України від 25 лютого 2016 р. № 39 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : www.minfin.gov.ua.

10. Фінансовий словник-довідник / [Дем'яненко М. Я., Лузан Ю. Я., Саблук П. Т. та ін.] ; за ред. М. Я. Дем'яненко. – К. : ІАЕ УААН, 2003. – 555 с.

References

1. Babaiev Yu. A. Teoriia bukhhalterskoho obliku / Yu. A. Babaiev. – K. : Vyscha shkola, 2017. – 692 s.
2. Babiak N. D. Amortyzatsiina polityka pidpriemstva na suchasnomu etapi reformuvannia ekonomiky Ukrainy / N. D. Babiak // Teoriia i praktyka perebudovy ekonomiky. 2001. – S. 61–64.
3. Borysov A. B. Bolshoi ekonomycheskyi slovar / A. B. Borysov. – M. : Knyzhnyi myr, 1999. – 894 s.
4. Butynets F. F. Bukhhalterskyi slovnyk / F. F. Butynets. – Zhytomyr : PP «Ruta», 2001. – 224 s.
5. Osnovni zasoby : Polozhennia (standart) bukhhalterskoho obliku 7 : zatverdzhene nakazom Ministerstva finansiv Ukrainy vid 27 kvitnia 2000 r. za № 92 [Elektronnyi resurs]. – Rezhym dostupu : <http://zakon1.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=z0288-00>
6. Osnovni zasoby : Mizhnarodnyi standart bukhhalterskoho obliku 16 [Elektronnyi resurs]. – Rezhym dostupu : www.minfin.gov.ua.
7. Podatkovi kodeks Ukrainy : Kodeks Ukrainy vid 02.12.2017 № 2755-VI / Verkhovna Rada Ukrainy [Elektronnyi resurs]. – Rezhym dostupu : <http://zakon1.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=2755-17>
8. Suk L. K. Oblik vlasnoho kapitalu / L. K. Suk, P. L. Suk // Bukhhalteriiia v silskomu hospodarstvi. – 2015. – № 14. – S. 43–47.
9. Finansovi zvit subiekta maloho pidpriemnytstva : Polozhennia (standart) bukhhalterskoho obliku 25 : zatv. nakazom Ministerstva finansiv Ukrainy vid 25 liutoho 2016 r. № 39 [Elektronnyi resurs]. – Rezhym dostupu : www.minfin.gov.ua.
10. Finansovi slovnyk-dovidnyk / [Demianenko M. Ya., Luzan Yu. Ya., Sabluk P. T. ta in.] ; za red. M. Ya. Demianenko. – K. : ІАЕ УААН, 2003. – 555 s.

Рецензія/Peer review : 02.05.2018
Надрукована/Printed : 03.06.2018
Рецензент: д. е. н., проф. Гончар О. О.

УДК 657.2(477.44)

ПІХНЯК Т. А.,
ПІХНЯК О. А.

Хмельницький кооперативний торговельно-економічний інститут

**БУХГАЛТЕРСЬКИЙ БАЛАНС ПІДПРИЄМСТВА
ТА МЕТОДИЧНІ ЗАСАДИ ЙОГО АНАЛІЗУ**

У статті визначено роль та місце бухгалтерського балансу як найінформаційнішої форми фінансової звітності. Розглянуто основні напрями та прийоми аналізу для реальної оцінки фінансового стану підприємств. Виокремлено етапи аналізу бухгалтерського балансу, що здійснюються в процесі поточної діяльності підприємств.

Ключові слова: бухгалтерський баланс, активи, зобов'язання, капітал, фінансовий стан, напрями, етапи аналізу, діяльність підприємств.

PIKHNIAK T.,
PIKHNIAK O.

Khmelnytskyi cooperative trade and economic institute

**ACCOUNTING BALANCE OF THE ENTERPRISE AND METHODOLOGICAL
PRINCIPLES OF ITS ANALYSIS**

The main objective of the paper is to study the theoretical foundations of the analysis of the balance sheet as the main source of information, the definition of the stages of its analysis.

To assess the current and forecast financial condition, the directions of the enterprise development, to find out the possibility of increasing the efficiency of work, each company conducts financial analysis. The information that serves as the basis for management decisions is disclosed in the financial statements. The balance sheet is the most informative form of reporting for the analysis and evaluation of the financial condition of the enterprise.

The study of the balance sheet provides an opportunity to obtain generalized information on assets and their sources in a cost meter for a certain date, to determine the degree of security of the company's own working capital, to establish at the expense of which articles the amount of working capital has changed, to assess the overall financial status of the enterprise, even without calculating analytical indicators. Actual issues of today are the mastery of the methodology, the sequence of analysis of the balance, which will provide an opportunity to objectively assess the effective state of the activities and develop sound management solutions for identifying and utilizing the reserves for improving the functioning of industrial enterprise registries. In practice, a number of basic techniques for balancing analysis are used: horizontal analysis, vertical analysis, trend analysis, analysis of relative indicators (financial coefficients), comparative analysis, factor analysis. Investigation of various domestic methods of analysis according to the balance sheet and taking into account the requirements for a comprehensive methodology of economic analysis of enterprises, has allowed to justify the sequence of analysis of the balance sheet and to allocate seven main stages: analysis of the currency of the balance sheet, analysis of the balance of assets (analysis of non-current assets, analysis of current assets), analysis of the liabilities balance (equity analysis, analysis of attracted capital, analysis of current liabilities), analysis of the liquidity of the score ns, solvency analysis, financial sustainability analysis, creditworthiness analysis). Significant advantages of the proposed approach to the stage of carrying out the analysis of the balance sheet are: consistency of the methodology of the analysis of the balance sheet with economic decisions, which are taken on its basis; the names of the stages and their elements correspond to the names of the sections and articles of the balance sheet, which ensures the conformity of the procedures of economic analysis and the information source on which it is carried out, ie, the balance sheet; ensuring the correspondence between the methods of calculating analytical indicators and the codes of the lines of the balance sheet, which facilitates the calculation part of the analysis and reduces the time of analytical procedures; the use of commonly used methods for calculating analytical indicators and their normative values to eliminate the ambiguity of the interpretation of individual indicators. The conducted research allows us to assert that the accounting balance itself is the most informative form of reporting for the analysis and evaluation of the financial condition of the enterprise. The seven-step methodology of balance sheet analysis, which is carried out in the process of current activity of enterprises, is proposed and summarized, and advantages of such approach are determined.

Key words: balance sheet, assets, liabilities, capital, financial status, directions, stages of analysis, activity of enterprises.

Постановка проблеми. Для оцінки поточного та прогнозного фінансового стану, напрямів розвитку підприємства, з'ясування можливості підвищення ефективності роботи кожне підприємство проводить фінансовий аналіз. Інформація, що виступає основою для прийняття управлінських рішень, відображається у фінансовій звітності. Бухгалтерський баланс є найінформаційнішою формою звітності для здійснення аналізу й оцінки фінансового стану підприємства. Саме тому, дослідження балансу як основного джерела інформації для проведення аналізу на підприємстві є важливим та актуальним питанням для дослідження.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженню питань формування, методики складання та аналізу фінансової звітності, зокрема балансу, присвячена значна кількість праць як вітчизняних, так і зарубіжних вчених: В. І. Бачинського, М. Д. Білика, О. Д. Данілова, О. І. Гадзевича, В. П. Завгороднього, Г. Г. Кірейцева, Г. Я. Козака, Є. В. Мниха, Г. В. Нашкерської, О. В. Олійник, М. С. Пушкаря, Г. В. Савицької, О. О. Терещенко, Н. В. Чебанової, М. Г. Чумаченко, А. Д. Шеремета та інших. Значні здобутки вітчизняних науковців були широко впровадженні в діяльність підприємств різних форм, однак, окремі питання методологічного характеру потребують подальшого дослідження у цій царині.

Постановка завдання. Основним завданням статті є дослідження теоретичних основ аналізу бухгалтерського балансу як основного джерела інформації, визначення етапів його аналізу.

Виклад основного матеріалу. Основним джерелом інформації про фінансовий стан підприємства є баланс як невід’ємна складова системи бухгалтерського обліку та фінансової звітності, що здатна забезпечити інформаційні потреби різних категорій користувачів, як внутрішніх, так і зовнішніх.

Дослідження бухгалтерського балансу дає можливість одержати узагальнену інформацію про активи і їх джерела у вартісному вимірнику на певну дату, визначити ступінь забезпеченості підприємства власними оборотними коштами, встановити, за рахунок яких статей змінився розмір оборотних коштів, оцінити загальний фінансовий стан підприємства навіть без розрахунків аналітичних показників.

Така інформація вкрай необхідна внутрішнім (менеджери, спеціалісти, працівники підприємства) та зовнішнім (акціонери, кредитори підприємства, податкові служби) користувачам для прийняття рішень.

Згідно НП (С)БО 1 «Загальні вимоги до фінансової звітності» баланс (звіт про фінансовий стан) - звіт про фінансовий стан підприємства, який відображає на певну дату його активи, зобов’язання і власний капітал. Баланс підприємства складається на кінець останнього дня звітного періоду. У балансі відображаються активи, зобов’язання та власний капітал підприємства [1].

Бухгалтерський баланс – є основним звітним документом підприємства, який являє собою моментальний знімок фінансово – господарського стану підприємства на певну дату. Саму процедуру оцінок прийнято називати читанням балансу. Вміння читати баланс – важлива професійна характеристика фінансиста, яка дає йому можливість скласти прогнозні баланси й управляти найважливішими фінансовими параметрами підприємства. До того ж уміння читати фінансові звіти допомагає фінансовому аналітику скласти правильну думку про фінансовий стан і виробничу діяльність інших компаній [2, с. 70].

Актуальним питанням сьогодення виступає оволодіння методикою, послідовністю аналізу балансу, яка надасть можливість об’єктивно оцінити ефективність господарської діяльності та виробити обґрунтовані управлінські рішення для виявлення та використання резервів покращення функціонування виробничих ресурсів підприємства.

Аналіз фінансової звітності – це процес, за допомогою якого порівнюються результати діяльності підприємства та минулий і теперішній фінансовий стан підприємства [3, с. 41].

Як стверджує Тарасенко О. І., основною метою аналізу бухгалтерського балансу є виявлення так званих слабких статей балансу і відстеження їх динаміки. Наявність «вузьких» місць буде свідчити в першу чергу про неефективну роботу підприємства у досліджуваному періоді і про поганий фінансовий стан, який утворився в результаті незадовільної роботи. Про наявність вказаних проблем будуть свідчити кредиторська заборгованість, прострочені позики, непокриті збитки і т.д.) [4, с. 134].

На основі бухгалтерського балансу фінансові аналітики визначають напрями аналізу підприємства (табл. 1.)

Таблиця 1

Основні напрями аналізу для реальної оцінки фінансового стану

Напрями аналізу	Їх змістове наповнення
Аналіз фінансового стану на короткострокову перспективу	Полягає в розрахунку показників оцінки задовільності структури балансу (коефіцієнт ліквідності, забезпеченості власними засобами і можливості відновлення платоспроможності)
Аналіз фінансового стану на довгострокову перспективу	Досліджує структуру джерел надходження коштів, ступінь залежності підприємства від зовнішніх інвесторів і кредиторів
Аналіз ділової активності	Критеріями є: широта ринків збуту продукції, репутація підприємства, ступінь виконання виробничого плану

Джерело: систематизовано автором і доповнено за [5]

Практикою аналізу вироблено низку основних прийомів для аналізу (читання) фінансової звітності підприємства, серед яких можна виділити такі:

- горизонтальний аналіз;
- вертикальний аналіз;
- трендовий аналіз;
- аналіз відносних показників (фінансових коефіцієнтів);
- порівняльний аналіз;
- факторний аналіз [6, с. 343].

Фінансовий стан – це спроможність підприємства фінансувати свою діяльність. Фінансовий стан підприємства може бути стійким, нестійким і кризовим. Здатність підприємства своєчасно виконувати свої зобов’язання та фінансувати свою діяльність на принципах розширеного відтворення свідчить про його стійкий фінансовий стан. Його мета – своєчасне дослідження і усунення недоліків у фінансово – господарській діяльності підприємства та виявлення резервів покращення його фінансового стану [7, с. 255-256].

Для вивчення фінансового стану підприємства необхідна інформація про економічні ресурси, що ним контролюються, його фінансову структуру, ліквідність та платоспроможність, а також здатність адаптуватися до змін середовища, в якому воно функціонує [8, с. 155]

У процесі дослідження встановлено, що аналіз бухгалтерського балансу є надзвичайно важливим при визначенні стану та динаміки фінансового стану підприємства, та дозволяє визначити фактори впливу на нього, спрогнозувати його розвиток у майбутньому. Така інформація необхідна, перш за все, при здійсненні поточного управління підприємством для прийняття ефективних тактичних рішень на шляху досягнення стратегічної мети.

Дослідження різних вітчизняних методик проведення аналізу за даними бухгалтерського балансу та врахування вимог до комплексної методики економічного аналізу підприємств, дозволило обґрунтувати послідовність аналізу бухгалтерського балансу, що здійснюється в процесі поточної діяльності підприємств (табл. 2).

Таблиця 2

Етапи аналізу бухгалтерського балансу на підприємстві

№ етапу	Назва етапу	Показники, які розраховуються
Аналіз активу балансу		
1 етап	Аналіз валюти бухгалтерського балансу	Розрахунок абсолютного і відносного відхилення валюти балансу
2 етап	Аналіз активу бухгалтерського балансу:	Розрахунок абсолютного і відносного відхилення за видами активів, частки окремих видів активів у загальній їх вартості, зміни питомої ваги окремих видів активів у загальній вартості активів, рентабельності активів
	а) Аналіз необоротних активів: - основних засобів; - аналіз нематеріальних активів; - аналіз довгострокових фінансових інвестицій	Розрахунок абсолютного і відносного відхилення необоротних активів та їх видів, частки окремих видів необоротних активів у загальній вартості активів та загальній вартості необоротних активів
	б) Аналіз оборотних активів: - аналіз запасів; - аналіз грошових коштів та їх еквівалентів; - аналіз дебіторської заборгованості	Розрахунок абсолютного і відносного відхилення оборотних активів та їх видів, частки окремих видів оборотних активів у загальній вартості активів та загальній вартості оборотних активів
Аналіз пасиву балансу		
3 етап	Аналіз пасиву балансу: - аналіз власного капіталу; - аналіз залученого капіталу; - аналіз поточних зобов'язань	Розрахунок абсолютного і відносного відхилення величини власного капіталу та зобов'язань, частки окремих видів власного капіталу та зобов'язань у загальній вартості власного капіталу та зобов'язань, співвідношення власного і залученого капіталу.
Аналіз ліквідності балансу		
4 етап	Аналіз ліквідності балансу	Розрахунок показників ліквідності балансу ($A1 > П1$; $A2 > П2$; $A3 > П3$; $A4 \leq П4$)
Аналіз платоспроможності		
5 етап	Аналіз платоспроможності	Розрахунок зміни чистого оборотного капіталу, коефіцієнта абсолютної платоспроможності, коефіцієнта термінової платоспроможності, коефіцієнта проміжної платоспроможності, коефіцієнта загальної платоспроможності
Аналіз фінансової стійкості		
6 етап	Аналіз фінансової стійкості	Розрахунок абсолютних (власного оборотного капіталу, капіталу для формування запасів та покриття витрат) та відносних величин (коефіцієнта автономії, фінансової залежності, фінансового ризику, маневрування власним капіталом, нагромадження амортизації, майна виробничого призначення)
Аналіз кредитоспроможності		
7 етап	Аналіз кредитоспроможності	Розрахунок обсягу, структури та динаміки кредитів, зміни частки довгострокових та короткострокових кредитів, коефіцієнта забезпеченості кредитами

Вважаємо, що суттєвими перевагами запропонованого підходу до етапності проведення аналізу бухгалтерського балансу є: узгодженість методики аналізу бухгалтерського балансу із економічними рішеннями, які приймаються на його основі; назви етапів та їх елементів відповідають назвам розділів та статей бухгалтерського балансу, що забезпечує відповідність процедур економічного аналізу та інформаційного джерела на основі якого він здійснюється, тобто бухгалтерського балансу; забезпечення відповідності між методиками розрахунку аналітичних показників та кодами рядків бухгалтерського балансу, що полегшує розрахункову частину аналізу та скорочує час аналітичних процедур; використання загальноприйнятих методик розрахунку аналітичних показників та їх нормативних значень для усунення багатозначності інтерпретації окремих показників.

Так, діяльність підприємств можна вважати успішною, а фінансовий стан стабільним, якщо виконується низка критеріїв:

- грошові кошти та їх еквіваленти зростають у кінці періоду по відношенню до початку звітного періоду, швидкість їх зростання більша, ніж рівень інфляції;
- оборотні активи демонструють позитивну динаміку зростання у рівних умовах по відношенню до темпів зростання необоротних активів та поточних зобов'язань;
- обсяг та динаміка зростання довгострокового позикового та власного капіталу вище відповідних показників по необоротним активам;
- частина власного капіталу в грошових коштах балансу не перевищує 50%;
- кредиторська та дебіторська заборгованість відповідає за обсягом одна одній;
- у балансі відсутні непокриті збитки [9, с. 88].

Висновки. Таким чином, проведене дослідження дозволяє стверджувати, що саме бухгалтерський баланс є найінформаційнішою формою звітності для проведення аналізу та оцінки фінансового стану підприємства. Запропоновано та узагальнено у сім етапів методику аналізу бухгалтерського балансу, що здійснюється в процесі поточної діяльності підприємств та визначено переваги до такого підходу.

Література

1. Про затвердження Національного положення (стандарту) бухгалтерського обліку 1 «Загальні вимоги до фінансової звітності»: Наказ Міністерства фінансів України від 07. 02. 2013 р. № 73 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/z0336-13>.
2. Гадзевич О. І. Основи економічного аналізу і діагностики фінансово-господарської діяльності підприємств/ Гадзевич О. І. – К.: Кондор, 2004. – 180 с.
3. Цигилик І. І., Кропельницька С. О., Мозіль О. І.: Економічний аналіз господарської діяльності підприємства: Навчальний посібник. / Цигилик І. І. – Центр навчальної літератури, 2009 р. – 123 с.
4. Тарасенко І. О. Фінанси підприємств: підручник / І. О. Тарасенко, Н. М.Любенко. – К.: КНУТД, 2015. – 360 с.
5. Крамаренко Г. О., Чорна О. Є. Фінансовий аналіз. Підручник. – К.: Центр учбової літератури, 2008. – 392 с.
6. Подольська В. О., Яріш О. В. Фінансовий аналіз: підручник / Подольська В. О. – К.: Центр навчальної літератури, 2007. – 488 с.
7. Склябінська А. І. Фінансовий аналіз: навч. посіб. [для студ. вищ. навч. закл.] / А. І. Склябінська, С. А. Дружниця, Л. Д. Федорук; за загальною ред. д. е. н., проф. М. П. Войнаренка – Львів: «Новий світ – 2000», 2013. – 342 с.
8. Мякота В. Бухгалтерський облік на малих підприємствах/ Мякота В. – Х.: Видавничий будинок «Фактор», 2004. – 328 с.
9. Савицкая Г. В. Анализ хозяйственной деятельности предприятия: 2-е изд., перераб. и доп. – М.: ИНФРА-М, 2009. – 536 с.

References

1. On Approval of the National Accounting Standards (Standard) 1 "General Requirements for Financial Statements": Order of the Ministry of Finance of Ukraine dated 07.02.2013 No. 73 [Electronic resource]. - Mode of access: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/z0336-13>.
2. Gadzevich O. I. Fundamentals of Economic Analysis and Diagnostics of Financial-Economic Activity of Enterprises / Gadzevich O. I. – K.: Condor, 2004. – 180 p.
3. Tsigilik I.I., Kropelnitskaya S.O., Moszyl O.I. : Economic analysis of economic activity of the enterprise: A manual. / Tsigilik I.I. – Center for Educational Literature, 2009 – 123 p.
4. Tarasenko I.O. Finances of enterprises: textbook / I.O. Tarasenko, N.M. Lyubenko. – K.: KNUITD, 2015. – 360 p.
5. Kramarenko G. O., Chornaya O. Y. Financial analysis. Textbook. – K.: Center for Educational Literature, 2008. – 392 p.
6. Podolskaya VO, Yarysh O. V. Financial Analysis: Textbook / Podolskaya V.O. – K.: Center for Educational Literature, 2007. – 488 p.
7. Sklyabinskaya A.I. Financial Analysis: Teach. manual [for the studio. higher tutor eng.] / A.I. Sklyabinskaya, S.A. Druznitsa, L.D. Fedoruk; for general ed. D.Sc., Prof. M.P.Voynarenko – Lviv: "New World - 2000", 2013. – 342 pp.
8. Myakota V. Accounting for small enterprises / Myakota V. – Kh.: Publishing house «Factor», 2004. – 328 p.
9. Savitskaya GV Analysis of economic activity of the enterprise: 2nd ed., Pererab. and add – M.: INFRA-M, 2009. – 536 p.

Рецензія/Peer review : 02.05.2018

Надрукована/Printed : 03.06.2018

Рецензент: прорецензовано редакційною колегією

УДК: 331.2:338.43:331.101.3

ЧЕРЕП О. Г.,
ПЕТРОВА А. В.

Запорізький національний університет

МОТИВАЦІЯ ЯК ІНСТРУМЕНТ ПІДВИЩЕННЯ ПРОДУКТИВНОСТІ ПРАЦІ В АГРОПРОМИСЛОВОМУ КОМПЛЕКСІ

У статті розглянуто методи мотивації працівників для підвищення продуктивності праці, методичні підходи, концептуальні засади забезпечення зростання продуктивності праці на аграрних підприємствах. Визначено роль мотивації працюючих кадрів як способу підвищення продуктивності та досягнень поставлених задач в аграрних підприємствах. Виокремлено значення внутрішніх відносин між працівниками та доцільність колективної співпраці. Досліджено теоретичні та практичні положення щодо підвищення продуктивності праці персоналу на сільськогосподарських підприємствах. Проаналізовано та згруповано підходи вчених до трактування сутності поняття мотивація. Запропоновано основні напрями підвищення продуктивності праці та виокремлено показники оцінки якості праці на сільськогосподарських підприємствах. Виокремлено методи нематеріальної мотивації працівників, а саме: впровадження різних форм організації праці; створення сприятливого клімату у колективі; посилення стимулюючої функції заробітної плати; надання соціальних гарантій, додаткових пільг та заохочень. Зроблено критичний огляд сутності поняття "продуктивність праці". Розглянуто показники продуктивності праці. Виявлено взаємозв'язок між продуктивністю праці та її оплатою. Виділено фактори підвищення продуктивності праці. Запропоновано основні напрями підвищення продуктивності праці та виокремлено показники оцінки якості праці на сільськогосподарських підприємствах. Основою дослідження стали праці вітчизняних та зарубіжних вчених із проблем підвищення продуктивності праці персоналу. Проведено аналіз існуючих підходів до визначення поняття «мотивація», оцінку рівня продуктивності праці сільськогосподарських підприємств, визначення переліку методів мотивації праці в аграрному секторі, виокремлено фактори впливу на продуктивність праці, формування напрямів підвищення продуктивності праці.

Ключові слова: продуктивність праці, мотивація, агропромисловість, заробітна плата, роботизація.

CHEREP O.,
PETROVA A.
Zaporizhzhia National University

MOTIVATION OF EMPLOYMENT AS AN INSTRUMENT FOR INCREASE LABOR PRODUCTIVITY IN AGRICULTURAL COMPLEX

The article deals with the methods of motivation of workers for increasing productivity, methodological approaches, conceptual bases for ensuring the continuity of productivity on agrarian enterprises. The role of motivation of working personnel as a way to increase productivity and achievements of tasks in agrarian enterprises. The value of internal relations between employees, collective cooperation. The article is devoted to the development of theoretical and practical provisions for improving the productivity of personnel at agricultural enterprises. Analyzed and grouped approaches of scientists to the interpretation of the essence of the concept of motivation. The main directions of increase of labour productivity are offered and indicators of estimation of quality of labour at agricultural enterprises are specified. The methods of non-material motivation of employees are singled out, namely: introduction of various forms of labour organization; creating a favourable climate in the team; strengthening the incentive function of wages; providing social guarantees, additional benefits and incentives. The term "labour productivity" is analyzed. The indicators of labour productivity are considered. The connection between productivity and payment is revealed. The factors of productivity increase are highlighted. The main directions of increase of labour productivity are offered and indicators of estimation of quality of labour at agricultural enterprises are specified. The basis of the study was the work of domestic and foreign scientists on increasing the productivity of personnel. The analysis of existing approaches to the definition of the concept of "motivation", an assessment of the level of productivity of agricultural enterprises, the definition of a list of methods of motivation in the agricultural sector, the identification of factors of influence on productivity, the formation of trends in productivity.

Keywords: labor productivity, motivation, agroindustry, wages, robotics.

Вступ. Продуктивність праці є одним з найголовніших критеріїв оцінки діяльності будь-якої економічної системи незалежно від її розміру і функцій. Вона виступає головним показником ефективності економіки і вирішальною умовою підвищення життєвого рівня населення. Підвищення продуктивності праці належить до вирішальних умов розвитку аграрного комплексу, і на цій основі відбувається забезпечення значного покращення матеріального багатства українського народу.

Дослідженню проблеми ефективності аграрної праці присвячено наукові праці А. Бабенка, О. Бугуцького, І. Вініченка, В. Дієсперова, П. Макаренка, М. Метельської, Т. Олійник, І. Олійника, В. Савчук та ін.

Через суспільно-політичну й фінансово-економічну кризи в Україні, рівень розвитку соціально-економічних систем промисловості, зокрема персоналу, суттєво знижується. Існуючі дії вирішення проблем забезпечення, фінансування, підвищення продуктивності персоналу не дають очікуваних результатів, так як умови господарювання суттєво змінилися, а для того, щоб створити та оволодіти новою системою, потрібен час. Дивлячись на мотиви професійної діяльності кадрів та структуру внутрішніх потреб, існуючий спектр можливостей та інструментів забезпечення зростання продуктивності праці на

підприємствах, незбалансованість інтересів учасників процесу дестабілізує систему управління персоналом та спричиняє накопичення деструктивних факторів існування й розвитку. Фінансово-економічні показники діяльності суб'єктів господарювання показують низхідні основи за рахунок зниження рівня показників продуктивності праці персоналу [2, с. 30].

Мотивація праці в аграрній сфері економіки має визначальне значення в досягненні високих показників праці, її продуктивності, якості, ефективності, виконанні поставлених завдань. Забезпечення ефективної зайнятості населення – один з основних пріоритетів соціальної політики держави, особливої уваги набуває потреба створення нових високотехнологічних та високопродуктивних робочих місць, а також створення резервів максимальної віддачі працівників через мотивацію до праці. Дослідження проблем мотивації праці в аграрному секторі економіки може стати підґрунтям вдосконалення системи управління персоналом на сільськогосподарських підприємствах, створення сприятливих умов праці, відтворення потенціалу трудових колективів, підвищення якості праці та покращення показників виробництва загалом. Недостатня мотивація у сучасних умовах часто негативно впливає на реалізацію сільськогосподарськими підприємствами своїх потенційних можливостей, аграрні комплекси не можуть досягти високого росту та розвитку.

Об'єкт дослідження – процес методичного забезпечення зростання продуктивності працюючих кадрів промислових підприємств.

Предмет дослідження – науково-практичні рекомендації, методичні підходи, концептуальні засади забезпечення зростання продуктивності праці на аграрних підприємствах.

Продуктивність праці – один з головних ознак конкурентоспроможності підприємства. На жаль, рівень продуктивності праці нашої держави суттєво відрізняється від інших розвинених країн світу, він значно менший, а дана ситуація призводить до відставання в економічному розвитку. Ці обставини виправдовуються ресурсною моделлю економіки, коли в експорті країни переважають ресурси над готовою продукцією. Варто зазначити, що мова не лише про матеріальні, а й трудові ресурси. Через низький рівень оплати праці громадяни України змушені їхати до західних країн на працевлаштування, таким чином потенційні якості стати гарним висококваліфікованим спеціалістом своєї держави дуже знижуються і це призводить до глобальних державних проблем українців.

Результати. На сьогоднішній день праця людей, особливо в розвинених країнах, поступається місцем автоматизованим системам, а це значить, що більшу частину некваліфікованої роботи виконують машини. До того ж розвиток штучного інтелекту та зростання роботизації виробництва повільно призводить до зменшення трудового живого персоналу. Вітчизняні науковці не досліджують проблеми заміщення роботами живої праці, оскільки на українських підприємствах штучний інтелект переважно не використовують. На деяких виробництвах досі залишається актуальною ручна праця, хоча існують всі права та шанси перейти до автоматизованих технологій. Натомість, науковці країни – лідера з робототехніки – США дедалі більше дискутують з приводу впливу роботів на продуктивність праці та зростання безробіття. М. Форд зазначає, що машини поступово трансформуються під дією еволюції, яка перетворює їх з інструментів у руках людини на самостійних працівників. Науковець зазначає, що повне заміщення роботами праці людини неможливе, проте останніми десятиріччями намітилась тенденція до зменшення робочих місць на промислових підприємствах Америки [5, с. 110]. Деякі науковці, зокрема Н. Карр, виступають стійкими противниками роботизації виробництва, яка, незважаючи на те, що збільшує продуктивність праці та підвищує ефективність виробництва, шкодить суспільству. На протигагу М. Форду, він вважає, що доктрина «технологічної автоматизації» призведе до всеохопного заміщення роботами людей у всіх галузях як сфери виробництва, так і сфери послуг.

У ранніх теоріях мотивації основою стимулювання праці був фізичний примус; таке розуміння природи мотивації було закладено ще Аристотелем, Платоном та ін. Однак в сучасних умовах мотивація праці пов'язується з її соціальним змістом, із внутрішнім ставленням людини до праці, із людськими стосунками, на які впливають умови праці та продуктивність роботи людей. Мотивація – це сукупність мотивів, одиниць виміру мотивації, які під впливом об'єктивних та суб'єктивних чинників спрямовують людину здійснювати певні дії. Сутність зростання продуктивності праці полягає у забезпеченні мотивації персоналу, а сама мотивація є рушійною силою економічного прогресу [6]. Основними причинами зайнятості для працівників сільськогосподарських підприємств є: оплата праці, прибуток, умови праці, професійний та кар'єрний ріст, соціальні послуги, глибоке вивчення своєї спеціалізації та ознайомлення з новими об'єктами. Мотивацію можна презентувати також як сформований у свідомості особистості «рівень необхідності» здійснення дій, які призведуть до задоволення потреби і тим самим досягнення власних цілей та цілей організації. Матеріальне стимулювання праці людей займає основне місце в ефективності використання трудового персоналу. Розвиток аграрного сектора економіки України, впровадження у виробництво нових досягнень науково-технічного прогресу неможливий без вартого рівня оплати сільської праці. Рівень заробітної плати в аграрному комплексі дуже відрізняється від оплати праці в інших галузях економіки [4, с. 95].

Аналіз відхилення заробітної плати штатних працівників від середнього рівня за організаційно-правовими формами господарювання та видами економічної діяльності за 2016 р. наведено в таблиці 1.

Таблиця 1

Відхилення заробітної плати штатних працівників від середнього рівня за організаційно-правовими формами господарювання та видами економічної діяльності у 2016 р., %

	Середньомісячна заробітна плата	У тому числі за формами господарювання										
		ДП	КП	АТ	ТОВ	Філії (інші відокремлені підрозділи)	ПП	органи державної влади	органи місцевого самоврядування	державні організації	комунальні організації	інші ОПФ
Всього	3480	27,4	-14,1	45,8	-7,4	22,2	-42,8	-11,0	-28,9	-2,9	-28,5	9,3
Сільське господарство	2556	25,1	11,5	8,6	0,6	13,2	-11,1	-	-	-3,0	-	-19,8
Промисловість	3988	7,3	-22,4	11,8	-25,2	26,1	-52,8	-	-68,5	-13,3	-33,5	9,1
Будівництво	2860	19,2	24,6	6,5	-9,3	65,0	-31,0	15,0	-	-6,7	0,0	0,7
Оптова та роздрібна торгівля; ремонт автотранспортних засобів	3439	246,5	-18,4	35,3	-1,2	6,2	-40,4	-	-62,0	9,1	-14,5	45,4
Фінансова та страхова діяльність	7020	-2,3	12,3	13,4	-30,4	-24,3	-	157,4	-52,3	0,7	-23,9	-63,8
Операції з нерухомим майном	3090	54,7	-5,4	43,1	-3,9	50,3	-31,3	-	-18,5	-22,8	-5,3	-21,4
Професійна, наукова та технічна діяльність	5290	-11,1	-27,6	66,5	34,2	-0,9	-65,5	-51,1	-43,2	-37,0	-44,9	85,4
Освіта	2745	66,7	6,0	-31,1	12,9	2,4	-41,3	-4,6	-15,9	15,8	0,5	-7,6
Охорона здоров'я	2441	5,4	17,3	17,2	18,1	13,0	-29,3	6,6	-10,8	12,0	-3,4	13,6
Надання інших видів послуг	3361	347,7	-21,6	-47,2	-33,0	-27,6	-58,2	-	-68,3	-	-42,4	22,2

Слід зважати на те, що особисте селянське господарство залишається важливим джерелом доходу сільських сімей, адже в господарствах населення України виробляється значна частина продукції сільського господарства, тому така різниця у доходах негативно впливає на перспективи залучення працівників у аграрний сектор економіки та розвиток сільського господарства в Україні. Сільськогосподарська праця має свою специфіку, яка впливає на її оплату. Адже за умови однакових витрат існує ймовірність отримання різних кінцевих результатів діяльності, що залежить від родючості ґрунтів, застосування сортового матеріалу та добрив, природнокліматичних умов, проявів сезонності тощо. Характерною особливістю аграрного виробництва також є те, що працівникам високої кваліфікації протягом року треба виконувати різні роботи, які відносяться до різних розрядів і відповідно одержувати різну оплату. Ефективним інструментом матеріального стимулювання працівників аграрних підприємств є додаткова оплата за перевиконання сезонних завдань або змінних норм продуктивності за підвищеними розцінками. Також доцільним є стимулювання працівників за виконання сезонних завдань у визначений термін. Слід зазначити, що в галузі сільського господарства широко застосовується не лише грошова форма оплати, а й натуральна. При цьому роль останньої зростає в умовах погіршення фінансового становища багатьох підприємств. За сучасних умов значного поширення набуло стимулювання за рахунок перерозподілу робочого часу, що є доречним у сфері сільського господарства.

Натуральна оплата праці використовується найчастіше в умовах розрахунків із сезонними працівниками на роботах зі збирання врожаю, а питома вага виробленої продукції, що розподіляється на натуральну оплату праці, відображається в Положенні про оплату праці аграрного підприємства, що затверджується на загальних зборах трудового колективу. У сільському господарстві заробітна плата виконує відтворювальну, стимулюючу, регулюючу та соціальні функції. Відтворювальна функція полягає у забезпеченні працівників та членів його сім'ї необхідними засобами для життя. Стимулююча функція заробітної плати полягає у забезпеченні високої продуктивності та якості праці, тобто заробітна плата виступає засобом мотивації праці. Негативна тенденція спостерігається в комунальних організаціях (установах закладах), де рівень середньої заробітної плати нижчий за середній рівень за всіма видами

економічної діяльності, окрім будівництва та освіти, комунальних підприємств (значення цього показника вище за середній рівень тільки в сільському господарстві, будівництві, фінансовій та страховій діяльності, діяльності у сфері адміністративного та допоміжного обслуговування, освіти та охороні здоров'я).

Висновок. На жаль, взаємозалежність між заробітною платою та продуктивністю праці втрачена, бо середньостатистична заробітна плата абсолютно не виконує притаманні їй функції: соціальну, відтворювальну та стимулюючу. Фінансові можливості більшості сільськогосподарських підприємств забезпечують тільки мінімальний рівень оплати праці із застосуванням прямої відрадної та простої почасової систем оплати праці, за яких заробіток працівника ставиться в залежність від виконаної роботи або відпрацьованого часу і недостатньо впливає на кінцеві результати виробництва. Тому для посилення зацікавленості працівників у підвищенні продуктивності праці необхідно пов'язувати заробіток працівників із кінцевими результатами діяльності сільськогосподарських підприємств — обсяга виробництва продукції, одержаними доходами і прибутками. Основними чинниками, які впливають на ставлення до праці та покращення її результативності, є: підвищення рівня оплати праці, стабільність зайнятості, атмосфера праці, професійне зростання, задоволення працею, можливість реалізації власних здібностей, компетенцій та організація праці. Найбільш демотивуючими чинниками є зниження оплати праці, погіршення мікроклімату в трудовому колективі та погіршення умов праці.

Література

1. Дієсперов В.С. Ефективність виробництва у сільськогосподарському підприємстві : монографія / В.С. Дієсперов. – К. : ННЦ ІАЕ, 2008. – 340 с.
2. Олійник Т.І. Продуктивність праці та структура зміни в сільському господарстві / Т.І. Олійник, І.О. Олійник // Економка АПК. – 2006. – № 4. – С. 122–127.
3. Дієсперов В. С. Ефективність виробництва у сільськогосподарському підприємстві : [монографія] / В.С. Дієсперов. – К. : ННЦ ІАЕ, 2008. – 340 с.
4. Назаришин Р. Фундаментальні поняття мотивації як науки про мотивацію праці / Р. Назаришин // Україна: аспекти праці. – 2013. – № 3. – С. 38–42.
5. Шатохіна М.А. Мотиви зайнятості населення в аграрній сфері / М.А. Шатохіна, М.А. Блашко // Економічні та соціальні аспекти розвитку АПК і сільських територій. – К. : Об'єднаний інститут економіки НАН України, 2004. – Вип. 1. – С. 149–159.
6. Дідіченко Н.Г. Проблеми оплати праці в сільському господарстві в сучасних [Електронний ресурс] / Н.Г. Дідіченко, Т.О. Салип. – Режим доступу : http://www.rusnauka.com/9_DN_2010/Economics/62216.doc.htm

References

1. Diiesperov V.S. Efektyvnist vyrobnytstva u silskohospodarskomu pidpriemstvi : monohrafiia / V.S. Diiesperov. – K. : NNTs IAE, 2008. – 340 s.
2. Oliinyk T.I. Prodyktyvnist prats ta struktura zmny v silskomu hospodarstvi / T.I. Oliinyk, I.O. Oliinyk // Ekonomka APK. – 2006. – № 4. – S. 122–127.
3. Desperov V. S. Efektyvnst vyrobnytstva u silskohospodarskomu pdpriemstvi : [monohrafiia] / V. S. Desperov. – K. : NNTsIAE, 2008. – 340 s.
4. Nazaryshyn R. Fundamentalni poniattia motyvatyky yak nauky pro motyvatsiiu pratsi / R. Nazaryshyn // Ukraina: aspekty pratsi. – 2013. – № 3. – S. 38–42.
5. Shatokhina M.A. Motyvvy zainiatosti naseleння v ahrarnii sferi / M.A. Shatokhina, M.A. Blazhko // Ekonomichni ta sotsialni aspekty rozvytku APK i silskykh terytorii. – K. : Obiednanyi instytut ekonomiky NAN Ukrainy, 2004. – Vyp. 1. – S. 149–159.
6. Didichenko N.H. Problemy opłaty pratsi v silskomu hospodarstvi v suchasnykh [Elektronnyi resurs] / N.H. Didichenko, T.O. Salyp. – Rezhym dostupu : http://www.rusnauka.com/9_DN_2010/Economics/62216.doc.htm

Рецензія/Peer review : 11.05.2018
Надрукована/Printed : 04.06.2018
Рецензент: д. е. н., проф. Гончар О. О.

УДК 330.3

ШВИДАНЕНКО Г. О.,
КИРИЛЮК О. В.

ДВНЗ «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана»

**КАТЕГОРІАЛЬНО-ПОНЯТІЙНИЙ АСПЕКТ АСИМЕТРІЇ РОЗВИТКУ
ПІДПРИЄМСТВ У КОНТЕКСТІ ТЕХНОЛОГІЧНИХ ЗМІН**

В статті досліджено сутність розвитку підприємств в контексті сучасних турбулентних змін. Розглянуто основні положення теорії розвитку. Проведено порівняння наукових підходів до визначення поняття «розвиток підприємств». Описано класичні моделі розвитку компаній. Проаналізовано категорію «асиметрія». Висвітлено взаємозв'язок між асиметрією і розвитком підприємства. Сформовано базове розуміння поняття «асиметрія розвитку підприємств».

Ключові слова: розвиток, асиметрія, технологічні зміни, ресурси.

SHVVIDANENKO G.,
KYRYLUIK O.

Kyiv State University of Economics named by Vadym Hetman

**CATEGORIAL AND CONCEPTUAL ASPECTS OF ENTERPRISE DEVELOPMENT
ASYMETRY IN THE CONTEXT OF TECHNOLOGICAL CHANGES**

Categorical and conceptual aspects of enterprise development asymmetry in the context of technological changes. The purpose of the article is to formulate a universal author's definition, based on the characteristic features of this concept taking into account technological trends of economic development, by means of a critical review of approaches to the essence of the concept of "enterprise development". To formulate, taking into account categorically-conceptual analysis, the conceptual approach to the concept of "asymmetry of enterprise development". The article explores the essence of the development of enterprises in the context of modern turbulent changes. The main points of the theory of development are considered. A comparison of scientific approaches to the definition of "enterprise development" is conducted. The classic models of company development are described. The category "asymmetry" is analyzed. The relationship between asymmetry and enterprise development is highlighted. The basic understanding of "asymmetry of enterprise development" is formed.

Keywords: development, asymmetry, technological changes, resources.

Постановка проблеми. Розвиток є однією з найбільш складних і суперечливих категорій економічної теорії. Науковці трактують дане поняття спираючись на практичний досвід функціонування суб'єктів господарювання в мінливих ринкових умовах. Перебування сучасної світової економіки на етапі четвертої індустріальної революції поживляє інноваційну активність компаній та поглиблює вплив технологічних змін на діяльність підприємств. Дані процеси безперечно вносять корективи до універсальних підходів щодо трактування сутності поняття «розвиток підприємств» в асиметричному аспекті. Тому є сенс у подальших дослідженнях таксономії та сутності даного багатогранного поняття, а також власній інтерпретації терміну «асиметрія розвитку підприємств», спираючись на науковий доробок останніх дослідників цієї проблематики.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Вивчення підходів сутнісного наповнення таких категорій як «розвиток» та «асиметрія», їх синтез із процесами функціонування підприємств, а також управління розвитком компаній стало сферами наукових інтересів таких вітчизняних і зарубіжних економістів теоретиків і практиків, як А. Пакрухіна, Т. Надтока, О. Гапоненко, О. Пашенко, С. Дунда, Ю. Погорелов, Г. Какуніна, Ю. Плугіна, М. Кондратьєв, А. Кабанов, Б. Твісс, Й. Шумпетер, Р. Фатхутдінова, В. Пономаренко, О. Пушкар, В. Тридід та інші.

Формулювання цілі статті. Метою статті є шляхом критичного огляду підходів до сутності поняття «розвиток підприємства» сформулювати універсальне авторське визначення, яке базується на характерних особливостях даного поняття з урахуванням технологічних трендів розвитку економіки. Сформулювати з урахуванням категоріально-понятійного аналізу концептуальний підхід до поняття «асиметрія розвитку підприємств».

Виклад основного матеріалу дослідження. В загальному філософському значенні під розвитком розуміють незворотну, цілеспрямовану, закономірну зміну матеріальних та нематеріальних об'єктів. Виключно одночасна наявність трьох властивостей зміни визначає явище розвитку серед інших змін, а саме:

- оборотність змін характеризує процеси функціонування (циклічне відтворення постійної системи функцій);
- відсутність закономірності характерно для випадкових процесів катастрофічного типу;
- за відсутності спрямованості зміни не можуть накопичуватися, і тому процес втрачає характерну для розвитку єдину, внутрішню взаємозалежну лінію.

У результаті розвитку виникає новий якісний стан об'єкта, що виступає як зміна його складу або структури (тобто виникнення, трансформація або зникнення його елементів або зв'язків) [1].

В табл. 1 наведено підходи окремих науковців до проблематики пов'язаної із процесами розвитку суб'єктів господарювання.

Таблиця 1

Комплексна таблиця визначення дефініцій «розвиток» і «розвиток підприємств»

Автори	Визначення дефініцій «розвиток» і «розвиток підприємств»
Р. Акофф	Розвиток характеризується, перш за все, якісними змінами: покращення технологічної оснащеності виробництва, підвищення кваліфікації працівників, зміна принципів та механізмів управління тощо [8]
С. Мочерний	Спрямовані та закономірні зміни матеріальних та нематеріальних об'єктів, які мають незворотний характер, внаслідок чого відбувається перехід від менш розвинених форм таких об'єктів до більш розвинених [9]
В. Бусел	Процес, внаслідок якого відбувається зміна якості чого-небудь, перехід від одного якісного стану до іншого [10]
І. Шинкарук	Специфічний процес зміни, результатом якого є виникнення якісно нового, поступальний процес сходження від нижчого до вищого, від складного до простого [11]
Ю. Плугіна	Якісні перетворення в його діяльності за рахунок змін кількісних і структурних характеристик техніко-технологічних, організаційно-комунікаційних, фінансово-економічних ресурсів на основі ефективного використання інтелектуально-кадрових ресурсів та інформаційних технологій [7]
Т. Надтока	Процес сукупних змін у соціально-економічній системі підприємства, спрямований на його перехід у новий якісно-кількісний стан у часі під впливом факторів внутрішнього і зовнішнього середовища, причому за напрямом він може бути як позитивним, так і негативним [12]
Р. Побережний	Спрямована зміна якісного стану організації, її структури, складу або властивостей, кількісних чи якісних змін елементів організації. При цьому розвитку організації притаманні ті ж властивості, що і "філософському розвитку", тобто циклічність і спіральність [13]

Розвиток – трансформація напрямку руху від простого до складного. Науковці часто описують процес розвитку як порушення рівноваги в економічній системі шляхом зміщення центру балансу та створення нових комбінацій ресурсів з метою адаптації економічних систем до непостійних центрів рівноваги. Таким чином пояснюється підвищення супротиву економічних систем до мінливих умов конкурентного середовища і примноження бізнесових можливостей.

В контексті підприємства науковці описують процес розвитку шляхом зміни якісного, кількісного, структурного стану суб'єкта господарювання. Наприклад, Е. Коротков трактує «розвиток» на рівні підприємства як сукупність змін, які ведуть до появи нової якості і зміцнення здатності системи, її здатність чинити опір руйнівним силам зовнішнього середовища. [2] На думку Н. Афанасьєва та В. Рудика, розвиток підприємства – це об'єктивна зміна виключно якісних характеристик системи, що зумовлено як фундаментальними законами природи, так і закономірностями функціонування конкретних систем (старіння устаткування, нагромадження досвіду і знань працівниками, виснаження природних ресурсів). [3] Автори опираються лише на якісні зміни, не враховуючи кількісних характеристик. А. Авер'янов, С. Рапопорт та Є. Яковенко вважають під розвитком підприємства рух від одного якісного стану до іншого, викликаний кількісними накопиченнями в об'єкті, що призводять до якісних змін. [4] Варто зазначити, що автори акцентують увагу саме на русі вперед з ціллю досягнення кращих параметрів діяльності та збільшення рівня ефективності. Такі науковці, як Б. Кучин, Д. Євдокімова та Р. Єрмейчук, доповнюють визначення розвитку підприємства не лише збалансованими кількісними та якісними, а й структурними змінами, які відповідають цілям підприємства і враховують обмеження, що накладаються зовнішнім середовищем і потенціалом підприємства [5].

Отже, поняття розвитку підприємства трактується науковцями у вузькому аспекті, як стан зміни діяльності підприємства за якісними і кількісними параметрами під впливом зовнішніх і внутрішніх чинників, та у широкому розумінні – як незворотній, закономірний процес, що є послідовною безперервною зміною кількісних та якісних станів підприємства у часі та просторі.

Важливу роль у формуванні розуміння поняття «розвиток підприємств» відіграють теоретичні парадигми. Основними є теорія спрямованого розвитку, концепція життєвого циклу та циклічного розвитку. Спрямований розвиток – це послідовність переходів від одного стану рівноваги до іншого під впливом внутрішніх та зовнішніх факторів. Базою оцінювання рівня розвитку підприємства в рамках даного бачення є ефективність виробничої системи підприємства в аспекті комбінування ресурсів. Концепція життєвого циклу компанії аналізує діяльність підприємства від часу створення до ліквідації. Зокрема аналізується два важливих показника з метою ідентифікації етапу життєвого циклу, а саме витрати та прибутки в конкретний часовий проміжок. В основу теорії циклічного розвитку покладено переконання, що кризи виникають у

будь-якого суб'єкта ринкових відносин циклічно. Дане явище є неминучим та забезпечує перехід підприємства на новий рівень розвитку.

Саме криза дає поштовх до змін у цілях, стратегії, виробничих процесах, управлінських підходах, організаційній структурі тощо. Дані зміни відбуваються стрибкоподібно або ж поступово. Відносно цього розрізняють «революційну» і «еволюційну» моделі розвитку підприємства. «Революційна» модель розвитку була запропонована американськими фахівцями у галузі управління М. Хаммером та Дж. Чампі в 1991 році в контексті концепції реінжинірингу бізнесу. Її суть полягає в радикальному переосмисленні підходів до організації бізнесових процесів, бачення ціннісних орієнтирів та цілей і таким чином кардинальному перепроєктуванні компанії. «Еволюційна» модель, що базується на концепції організаційного розвитку, базується на поступовому довготривалому розвитку компанії. Зміни в контексті «еволюційної» моделі масштабні та охоплюють всі аспекти діяльності компанії.

В сучасних умовах турбулентних змін ринкового середовища важливого значення набуває інноваційна діяльність підприємства. Інновації нерозривно пов'язані з розвитком. Технологічні зміни торкаються розвитку всіх складових підприємства: фінансової, виробничої, маркетингової, інвестиційної, організаційної, інноваційної, екологічної, інформаційної, діяльність яких забезпечується окремими видами ресурсів компанії та їх унікальними комбінаціями. Розглядаючи розвиток підприємства в даному аспекті, особливо чітко прослідковується нерівномірність розвитку визначених складових, що є проявом асиметрії розвитку підприємства.

Асиметрія розвитку підприємств є безперервним, закономірним, постійним процесом зміни якісно-кількісного стану підприємства завдяки формоутворенню унікальних ресурсних композицій, що спричиняє структурні зрушення в компанії. Процес асиметрії розвитку суб'єктів господарювання є особливо актуальним за сучасних економічних трендів. Чим більша компанія, тим глибший процес асиметрії її розвитку. Пітер Друкер в праці «Ефективний менеджер» стверджує, що успішність компанії – нестатичний показник. Причиною є постійне прагнення ефективного керівника до досконалості, або іншими словами до стабільного безперервного динамічного розвитку. Спираючись на досвід функціонування передових компаній, можна з впевненістю сказати, що як тільки лідер і персонал компанії задовольняються результатом, розвиток припиняється, розпочинається фаза застою та кризи. В добу технологічних змін дана особлива риса розвитку набуває актуальності та перетворюється в рушійний механізм досягнення підприємством ефективності та високих показників діяльності. Керівник однієї з найбільш прогресивних інвестиційних компаній країни UFuture, базовим напрямком діяльності котрої є залучення інвестицій в перспективні інноваційні проекти, наголосив: «Я завжди чимось незадоволений. Але це рух вперед: дивишся, що не працює, що можна зробити краще. В цілому – на четвірку.» [6] Таким чином він забезпечує свою компанію потенціалом майбутнього зростання за рахунок постійного розвитку.

Технологічні зміни вимагають трансформацію в звичних моделях розвитку компанії. Зокрема спостерігається багатовекторна зміна в організаційній структурі, що проявляється процесами деюрократизації, звуження функціональної спеціалізації, децентралізації, зменшення управлінських рівнів. Це спричиняє перехід підприємств на радикально нові організаційні форми, що опосередковують процеси управління асиметрією на підприємстві, згладжують негативні прояви нерівномірностей в системі управління компанією, перетворюючи їх на конкурентні переваги підприємства.

Трактування категорії «асиметрія» висвітлюються дослідниками різних наук. Найчастіше дане поняття зустрічається в образотворчому мистецтві та художній творчості, де являється основним засобом композиції. Слово «асиметрія» походить з давньогрецької мови і морфологічно складається з двох частин, що в перекладі звучать як «неспівмірність» та «вимірюю». У загальному розумінні асиметрія – це відсутність або порушення симетрії. Іноді асиметрію розглядають як властивість об'єкта відтворювати себе за певних змін, перетворень чи трансформацій.

В економіці асиметрія зустрічається в теорії інформаційної асиметрії, яку розробили американські вчені А. Акерлоф, М. Спенс і Дж. Стігліц у рамках інформаційної економіки на основі аналізу ринків та управління фінансами корпорацій. Її суть полягає в тому, що нерідко учасники економічних процесів і володіють нееквівалентною кількістю інформації про товар або послуги, котрі є об'єктом інтеракцій. Це означає, що дані суб'єкти економічної взаємодії мають інформаційну перевагу над іншими.

Ми ж трактуємо «асиметрію» як багатогранну категорію. В контексті розвитку компанії асиметрія проявляється у ситуації, при якій на підприємстві формується унікальний набір ресурсів, що утворюється або всередині системи управління ресурсами компанії в процесі господарської діяльності (наприклад, інтелектуальні ресурси, компетенції, знання, динамічні здатності) або ззовні завдяки доступу компанії до ресурсів, котрий відсутній в інших підприємств (наприклад, інформація, специфічні матеріальні ресурси, інвестиції). Таким чином на підприємстві формуються унікальні ресурсні композиції, котрі в процесі здійснення бізнесової діяльності є джерелом конкурентних переваг даного підприємства та підвищують ефективність діяльності підприємства в майбутньому.

На зародження процесу асиметрії на підприємстві потрібен певний час, оскільки унікальні ресурси не можуть бути сформовані миттєво. Тому керівництву підприємства варто обирати стратегію, котра обмежується поточним станом запасу ресурсів та швидкістю, з якою підприємство може їх придбати або

накопичити. Якщо б не існувало асиметрії в ресурсах та обмежень на швидкість змін, підприємства могли б додержуватися будь-якої стратегії, у результаті чого успішні стратегії копіювалися б і прибутки знизилися б до нуля.

Висновки. Проведений аналіз теоретичних джерел дозволив сформулювати базове розуміння поняття «асиметрія розвитку підприємств», що характеризується кількісними та якісними змінами ресурсних комбінацій на підприємстві. Даний процес є не лише цілеспрямованою адаптацією до технологічних змін турбулентного ринкового середовища сучасності, а визначається пошуком свіжих ідей та рішень формоутворення ресурсних композицій в компанії. У процесі розгляду даної проблематики стало можливим виділення таких важливих елементів асиметрії розвитку підприємства, як якісні та кількісні зміни на підприємстві, формоутворення своєї унікальності за рахунок базових компетенцій, інтеграція в перехідний етап розвитку світової економіки, довгострокові бізнесові орієнтири діяльності, формування конкурентних переваг за рахунок впровадження технологічних змін, підвищення вартості бізнесу за рахунок стратегічного управління асиметрією розвитку тощо. Дані питання потребують подальших теоретичних пошуків.

Література

1. Українська радянська енциклопедія : у 12 т. / гол. ред. М. П. Бажан ; редкол.: О. К. Антонов та ін. — 2-е вид. — К. : Головна редакція УРЕ, 1974–1985.
2. Коротков Э.М. Концепция менеджмента : [учеб. пособие для студентов и слушателей по направлению менеджмент] / Эдуард Михайлович Коротков. — М. : Дека, 1997. — 304 с.
3. Афанасьев Н.В. Управление развитием предприятия : [монография] / Афанасьев Н.В., Рогожин В.Д., Рудыка В.И. — Х. : Издательский дом «ИНЖЭК», 2003. — 184 с.
4. Аверьянов Г.С. Управление в технических системах : [учеб. пособ.] / Г.С. Аверьянов, А.Г. Туровец, А.Б. Яковлев. — Омск : Изда- тельство ОмГТУ, 2000. — 80 с.
5. Єрмейчук Р.А. Сутність і зміст процесів розвитку підприємства / Р.А. Єрмейчук // Управління розвитком. — Х. : ХДЕУ, 2003. — № 1. — С. 74 – 76.
6. https://ain.ua/2018/07/09/vasilij-xmelnickij-ob-yunit-siti?utm_source=ainpush&utm_medium=push&utm_campaign=ainpushweb
7. Плуґіна Ю.А. Інтелектуальний розвиток: сутність поняття / Ю.А. Плуґіна // Вісник економіки транспорту і промисловості. — Харків, 2011. — № 36. — С. 193–196.
8. Акофф Р. Планування майбутнього корпорації / Акофф Р. ; пер. з англ. ; під ред. В.И. Данілова–Данільяна. — М. : Прогрес, 1985. — 328 с.
9. Економічний енциклопедичний словник : у 2 т. Т. 2 / за ред. С.В. Мочерного. — Львів : Світ, 2006. — 568 с.
10. Великий тлумачний словник української мови. — К. : Ірпін, ВТФ «Перун», 2001. — 1440 с.
11. Філософський словник / за ред. В. І. Шинкарука. — 2-е вид. — К. : Голов. ред. УРЕ, 1986. — 800 с.
12. Надтока Т.Б. Управлінські технології у рішенні сучасних проблем розвитку соціально економічних систем : монографія / Т.Б. Надтока, Г.А. Какуніна, О.В. Мартякова та ін. / за заг. ред. О.В. Мартякової. — Донецьк : Вид-во ДонНТУ, 2011. — 744 с.
13. Побережний Р.О. Основні напрямки розвитку підприємств машинобудування / Р.О. Побережний // Вісник національного технічного університету "ХПІ". — Харків, 2012. — № 13. — С. 90–100.

References

1. Ukrainska radianska entsyklopediia : u 12 t. / hol. red. M. P. Bazhan ; redkol.: O. K. Antonov ta in. — 2-e vyd. — K. : Holovna redaktsiia URE, 1974–1985.
2. Korotkov Э.М. Kontseptsyia menedzhmenta : [ucheb. posobyie dlia studentov y slushatelei po napravleniyu menedzhment] / Eduard Mykhailovych Korotkov. — M. : Dekha, 1997. — 304 s.
3. Afanasev N.V. Upravlenie razvitiem predpriyatiya : [monografiya] / Afanasev N.V., Rogojin V.D., Rudyika V.I. — H. : Izdatelskiy dom «INJEK», 2003. — 184 s.
4. Averyanov G.S. Upravlenie v tehnikeskikh sistemah : [ucheb. posob.] / G.S. Averyanov, A.G. Turovets, A.B. YAKovlev. — Omsk : Izda- telstvo OmGTU, 2000. — 80 s.
5. Yeremeichuk R.A. Sutnist i zmist protsesiv rozvytku pidpriyemstva / R.A. Yeremeichuk // Upravlinnia rozvytkom. — Kh. : KhDEU, 2003. — № 1. — S. 74 – 76.
6. https://ain.ua/2018/07/09/vasilij-xmelnickij-ob-yunit-siti?utm_source=ainpush&utm_medium=push&utm_campaign=ainpushweb
7. Pluhina Yu.A. Intelektualnyi rozvytok: sutnist poniattia / Yu.A. Pluhina // Visnyk ekonomiky transportu i promyslovosti. — Kharkiv, 2011. — № 36. — S. 193–196.
8. Akoff R. Planuvannya maibutnoho korporatsii / Akoff R. ; per. z anhl. ; pid red. V.Y. Danilova–Daniliana. — M. : Prohres, 1985. — 328 s.
9. Ekonomichnyi entsyklopedychnyi slovnyk : u 2 t. T. 2 / za red. S.V. Mochernoho. — Lviv : Svit, 2006. — 568 s.
10. Velykyi tлумachnyi slovnyk ukrainskoi movy. — K. : Irpin, VTF «Perun», 2001. — 1440 s.
11. Filosoфський slovnyk / za red. V. I. Shynkaruka. — 2-e vyd. — K. : Holov. red. URE, 1986. — 800 s.
12. Nadтока T.B. Upravliniski tehnolohii u rishenni suchasnykh problem rozvytku sotsialno ekonomichnykh system : monohrafiia / T.B. Nadтока, H.A. Kakunina, O.V. Martiakova ta in. / za zah. red. O.V. Martiakovoї. — Donetsk : Vyd-vo DonNTU, 2011. — 744 s.
13. Poberezhnyi R.O. Osnovni napriamky rozvytku pidpriyemstv mashynobuduvannya / R.O. Poberezhnyi // Visnyk natsionalnoho tekhnichnoho universytetu "KhPI". — Kharkiv, 2012. — № 13. — S. 90–100.

Рецензія/Peer review : 01.05.2018

Надрукована/Printed : 04.06.2018

Рецензент: д. е. н., проф. Ковальчук С. В.

ДК 658.5.011:622.012.3(477.53)

ЛАШКО С. П.,
ШЕЛКОВСЬКА І. М.,
КОЗАРЬ Л. М.

Кременчуцький національний університет імені Михайла Остроградського

**ОРГАНІЗАЦІЙНІ МОМЕНТИ РОЗРОБКИ БІЛАНІВСЬКОГО РОДОВИЩА
ЗАЛІЗИСТИХ КВАРЦИТІВ**

Проаналізовано стан підготовки до розкриття Біланівського родовища залізистих кварцитів. Обґрунтовано необхідність коригування меж Біланівського кар'єру для дотримання ширини санітарно-захисної зони видобувного підприємства. Як альтернативу рекомендовано комплексний відкрито-підземний спосіб розробки Біланівського родовища без використання вибухових засобів.

Ключові слова: родовище, кар'єр, межа, зона, дозвіл, висновок.

LASHKO S.,
SHELKOVSKA I.,
KOZAR L.

Kremenchuk Mykhailo Ostrohradskiy National University

**ORGANIZATIONAL MOMENTS OF THE MINING OF THE
DEPOSIT BILANIVSKY IRON ORE**

The object of this work is to establishment a state of preparation for the disclosure of the deposit Bilanivsky iron ore. As of June 2018, the Bilanivsky Mining and Processing Plant have almost all the necessary permissions and approvals for the mining of the deposit Bilanivsky iron ore, with the exception of the mining allotment. There are permissions for emissions, for disposal of waste, for special water use. There is a positive conclusion of the state ecological examination on the materials of the assessment of environmental impacts. There are positive decisions of the Kozelshchyna district council and of the Nova Haleschyna settlement united territorial community. There is a special permission for the use of subsoil – for the experimental and industrial development of the Bilanivsky deposit in accordance with the existing regulations (Regulations on the procedure for the organization and execution of experimental and industrial development of mineral deposits of national importance; order of the Ministry of Ecology and Natural Resources of Ukraine # 34/m dated 03.03.2003). The special permission has time limits for work on an experimental and industrial land plot – until 20.12.2024. The decision to grant a mining allotment under the Bilanivsky quarry and support services is delayed. According to the research data, a noncompliance with the regulatory documents (DSP 173-96) of the sanitary-protective zone in north-eastern part of the Bilanivsky quarry was found. According to the DSP, the width of the sanitary protective zone of the Bilanivsky quarry should be 1500 m. According to the preliminary project of mining of the Bilanivsky deposit, the actual distance from the quarry to the residential settlements of the Nova Haleschyna is 500 m, and according to the adjusted project (2015) is 1140 m. The project envisages the development of the Bilanivsky quarry using explosives. Solving the problem of the sanitary-protective zone of the Bilanivsky quarry is possible under one of the following conditions: 1) correcting of the boundaries the quarry; 2) resettlement of inhabitants of the western neighbourhood of the village of Nova Haleschyna; 3) changes in the technology of the mining of the Bilanivsky deposit. The complex open-underground method of the mining of the deposit Bilanivsky iron ore without the use of explosives is recommended.

Key words: deposit, quarry, boundary, zone, permission, conclusion.

Вступ. Свого часу (50–80-і роки минулого століття) зусиллями геологічних організацій (і в першу чергу, Кременчуцької ГРЕ) в Кременчуцькому регіоні закладено потужну сировинну базу чорної металургії. З різною детальністю тут розвідано десять залізорудних родовищ (ділянок), що простягаються єдиною смугою від р. Дніпра на північ на 45 км, – Горішньо-Плавнівське, Лавриківське, Єристівське, Біланівське, Кременчуцьке (Галещинське), Зарудянське, Васильківське, Харченківське, Мануйлівське та Броварківське. Розвідані запаси магнетитових кварцитів Кременчуцького залізорудного району складають 20,7 млрд т, а багатих залізних руд (із вмістом заліза загального 55 %) – 0,3 млрд т.

Розробляються три родовища – Горішньо-Плавнівське, Лавриківське, Єристівське. Спосіб розробки – відкритий, кар'єрами.

Розширення потужностей гірничодобувного комплексу Кременчуцького регіону заплановане за рахунок розробки Біланівського родовища залізистих кварцитів і Кременчуцького (Галещинського) родовища багатих залізних руд. Підготовку до розробки Біланівського родовища розпочато з 2004 р. Експлуатацію родовища буде здійснювати ТОВ «Біланівський гірничо-збагачувальний комбінат» (Біланівський ГЗК), створене у грудні 2009 р. Біланівський ГЗК є дочірнім підприємством промислової групи Фергехро. Як і Єристівський ГЗК, Біланівський ГЗК певний час використовуватиме гірничо-збагачувальну фабрику Полтавського ГЗК.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Системні дослідження щодо розробки Біланівського родовища залізистих кварцитів проводяться з 2012 року. Основними авторами опублікованих робіт з цього питання є: В.Г. Верховцев, Г.В. Лисиченко, Ю.Є. Тищенко, Є.Б. Краснов, А.О. Студзінська, О.О. Крамар, Ю.В. Юськів. Переважно оцінювався стан радіаційної безпеки в межах майбутнього гірничого відводу. Зокрема встановлено [1], що в даний час (на початок розробки Біланівського кар'єру) рівень радіації в

районі дослідження є безпечним для населення. Надійним екраном для цього слугує потужна (115 м) товща перекриваючих осадових порід (суглинків, пісків, глин, мергелів, алевролітів, пісковиків).

Метою статті є аналіз готовності Біланівського родовища залізистих кварцитів до експлуатації.

Виклад основного матеріалу. Біланівське родовище залізистих кварцитів розташоване за 20 км на північний схід від міста Кременчук і за 2 км на захід від залізничної станції Галещина. Район сільськогосподарський, практично безлісний, з помірним континентальним кліматом. Територія Біланівського родовища являє собою слабо розчленовану ерозійно-аккумулятивну рівнину з помірними підвищеннями й пониженнями рельєфу, де розповсюджені переважно солончаки та заболочені низинні ділянки.

Технологічно запроєктовано відкритий спосіб розробки Біланівського родовища залізистих кварцитів – до максимальної глибини балансових запасів (600 м), із продуктивністю 45 млн. тон кварцитів на рік. Термін існування Біланівського кар'єру, з урахуванням періоду затухання виробництва, складе 40 років. Запланована система розробки кар'єру – вибухово-розкривна з поступовим поглибленням, за зовнішнього розташування відвалів розкривних порід.

Загальна площа відводу земельної ділянки під промислові та інфраструктурні об'єкти Біланівського ГЗК становитиме 3359 га. Окрім кар'єру передбачені площі під адміністративні будівлі й збагачувальну фабрику (в Кияшках), під відвали розкривних порід, хвостосховище, промисловий майданчик. Окрім того, у межах гірничого відводу Біланівського родовища передбачається розміщення: 1) гідрозахисту відвалів; 2) будівель та споруд систем інженерно-технічного обслуговування; 3) споруд інженерної інфраструктури; 4) відвідних водоканалів; 5) транспортних комунікацій; 6) допоміжних споруд, стоянок, контейнерних майданчиків автомобільного транспорту; 7) залізничних під'їзних колій, вантажних контейнерних майданчиків тощо. Будівництва відводу в обхід кар'єру потребує залізнична гілка Галещина – Потоки. Гілка дороги з твердим покриттям (від автотраси Кременчук – Полтава, північно-східна околиця села Солонці), необхідна для забезпечення технологічних потреб у період розкриття Біланівського кар'єру, уже прокладена.

Рішення про експлуатацію Біланівського родовища приймалося на державному рівні. Утім, як виявилось, не врахували суспільної думки, що завадило розпочати експлуатацію родовища у запроєктований термін. Претензії місцевого населення – перш за все, екологічного та безпекового спрямування [2].

Станом на червень 2018 р. Біланівський ГЗК має практично всі необхідні дозволи, висновки, погодження щодо розробки Біланівського родовища. Це і дозволи на викиди, на розміщення відходів, на спеціальне водокористування (від Держуправління охорони навколишнього середовища в Полтавській області), і позитивний висновок державної екологічної експертизи по матеріалам оцінки впливів на навколишнє середовище “Розкриття Біланівського родовища залізистих кварцитів. Коригування” (висновок Міністерства екології та природних ресурсів України № 7-03\12-13215/10-16 від 31.08.2016 р.), і рішення Козельщинської райради, і рішення Новогалещинської селищної об'єднаної територіальної громади, на території якої власне і має розгорнутися будівництво кар'єру. До речі, задля останнього рішення довелося об'єднувати з Новогалещинською селищною радою Бондарівську сільську раду, яка до цього об'єднання входила до складу Кременчуцького адміністративного району.

Для повноцінного функціонування Біланівського кар'єру необхідним є оформлення гірничого відводу земель (ст. 17 Закону України “Про надра”). Наразі ж (станом на червень 2018 р.) є лише спеціальний дозвіл на користування надрами – для дослідно-промислової розробки Біланівського родовища згідно з існуючим положенням (Положення про порядок організації та виконання дослідно-промислової розробки родовищ корисних копалин загальнодержавного значення; затверджене наказом Міністерства екології та природних ресурсів України № 34/м від 03.03.2003 р.). Переоформлений дозвіл, що обмежує розкривні роботи й добування залізистих кварцитів ділянкою 989,8 га, виданий Біланівському ГЗК на підставі наказу Державної служби геології та надр України (Держгеонадра) № 630 від 19.12.2013 р. Термін дії дозволу – до 20.12.2024 р. Нині на дослідно-промисловій ділянці ведуться роботи з уточнення інженерно-геологічних характеристик розкривних порід, гідрогеологічних умов їх розробки, а також дослідження стійкості уступів майбутнього кар'єру та ярусів відвалів осадових порід за запроєктованих кутів укосу уступів і ярусів.

Дослідно-промислова ділянка Біланівського кар'єру залізистих кварцитів займає 38,0306 га земель, що відведені Біланівському ГЗК згідно з розпорядженням голови Полтавської обласної держадміністрації № 504 від 29.12.2010 р. Для розташування та експлуатації об'єктів інфраструктури, що пов'язані з користуванням надрами (основних, підсобних і допоміжних будівель та споруд), Біланівському ГЗК надано із земель державної власності в оренду земельну ділянку площею 1,4668 га (розпорядження голови Полтавської обласної держадміністрації № 675 від 17.10.2017 р.). Строк оренди ділянок (до 20.12.2024 р.) відповідає спеціальному дозволу на користування надрами.

Згідно з техніко-економічним обґрунтуванням розробки Біланівського родовища залізистих кварцитів (1979 р.) санітарно-захисна зона Біланівського кар'єру обмежена відстанню 500 м. Відповідно до цього відбувається відселення мешканців села Бондарі, будинки яких потрапили в межі санітарно-захисної зони. Проте, за Державними санітарними правилами планування та забудови населених пунктів (ДСП 173-96), затвердженими наказом МОЗ України № 173 від 19.06.1996 р., кар'єри по видобуванню залізних руд відкритим способом з використанням вибухових засобів відносяться до класу 1А, із санітарно-захисною зоною 1500 м, що вимагає також відселення мешканців західної частини селища Нова Галещина [2].

Ураховуючи вимоги ДСП 173-96, Біланівський ГЗК відкоригував контурні межі майбутнього кар'єру в бік зменшення його площі (за рахунок збільшення кута нахилу стінок кар'єру). Можливість коригування обгрунтована світовою практикою та сучасними підходами до будови кар'єрів [3, 4]. Круті відкоси бортів кар'єрів, зокрема, давно використовуються в Канаді та США. Так, борт азбестового кар'єру Flintkote Mine (Понтбріанд, Квебек, Канада), складений гранітами, побудований під кутом 70°, а борт залізородного кар'єру Empire компанії Cleveland Cliffs у Мічигані (США) – під кутом 80°.

Утім, навіть за відкоригованого варіанту контурних меж Біланівського кар'єру відстань від північно-західної околиці селища Нова Галещина до граничної бровки кар'єру складе лише 1140 м замість необхідних 1500 м [2].

Потрібно також пам'ятати, що за проектами Біланівського ГЗК на північно-східну частину Біланівського кар'єру покладається подвійне експлуатаційне навантаження, оскільки майбутнє розкриття Кременчуцького (Галещинського) родовища багатих залізних руд (суміжного на північ з Біланівським родовищем) планується провести шахтним стовбуром і похилою штольнею саме зі східного борту Біланівського кар'єру.

Звзити Біланівський кар'єр можна за рахунок комплексного, відкрито-підземного способу розробки Біланівського родовища. Крім того, є можливість застосування в Біланівському кар'єрі прогресивних технологій безвибухового добутку руд – відкритим способом (екскаваторами з ковшем активної дії) або підземним способом (із закладанням виробленого простору пустою породою) [5, 6].

Безвибуховий добуток залізистих кварцитів Біланівського родовища має суттєві переваги, оскільки в такому разі Біланівський кар'єр буде розглядатися як видобувне підприємство класу II, із санітарно-захисною зоною 500 м.

Висновки. Біланівський ГЗК має практично всі необхідні дозволи та погодження для розробки Біланівського родовища залізистих кварцитів, за виключенням гірничого відводу. Є необхідна проектна документація. Проблемним залишається недотримання у проекті ширини санітарно-захисної зони Біланівського кар'єру.

Вирішення проблеми санітарно-захисної зони Біланівського кар'єру можливе за виконання однієї з умов: 1) коригування меж кар'єру, зі зменшенням його граничної площі; 2) відселення мешканців сіл Бондарі, Заруддя, Остапці та західної частини селища Нова Галещина за межі санітарно-захисної зони 1500 м; 3) зміни технології розробки Біланівського родовища. Одним з варіантів є застосування в Біланівському кар'єрі прогресивних технологій безвибухового добутку руд. При цьому ширина санітарно-захисної зони Біланівського кар'єру (за ДСП 173-96) складатиме 500 м, що автоматично виключає необхідність коригування меж кар'єру та відселення мешканців Нової Галещини.

Література

1. Верховцев В.Г. Комплексні радіогеоекологічні дослідження території Біланівського залізородного родовища / В.Г. Верховцев, Г.В. Лисиченко, Ю.Є. Тищенко та ін. // Техногенно-екологічна безпека та цивільний захист. – 2012. – № 5. – С. 28–40.
2. Лашко С.П. До питання безпеки експлуатації північно-східної частини Біланівського кар'єру залізистих кварцитів / С.П. Лашко // Вісник Кременчуцького національного університету імені Михайла Остроградського. – Кременчук : КрНУ, 2017. – Випуск 1/2017 (102). – С. 141–146.
3. Шеметов П.А. К вопросу о повышении эффективности использования геоэкономического потенциала месторождений сложного строения на современном этапе развития открытых горных работ / П.А. Шеметов // Горный вестник Узбекистана. – 2005. – № 2 (21). – С. 54–59.
4. Просандеев Н.И. Проблемы повышения углов откосов бортов глубоких карьеров / Н.И. Просандеев // Экология і природокористування. – 2012. – Випуск 15. – С. 107–117.
5. Черных А.Д. Комплексная разработка рудных месторождений / А.Д. Черных, В.А. Колосов, О.С. Брюховецкий и др. – К. : Техніка, 2005. – 376 с.
6. Черных А.Д. Эколого-экономическая эффективность комплексной открыто-подземной разработки рудных месторождений / А.Д. Черных // Юбилейный сборник научных трудов. – Кривой Рог : КТУ, 2007. – С. 26–29.

References

1. Verkhovtcev V.G., Lysychnko G.V., Tyshchenko Yu.Ye. et al. The complex geoecological researches of Belanov mining // Tekhnogenno-ekolohichna bezpeka ta tsyvilnyi zakhyst. – 2012. – No. 5. – P. 28–40.
2. Lashko S.P. About of safety of operation of the north-eastern part of the quarry Bilanivsky iron ore // Transactions of Kremenichuk Mykhailo Ostrohradskiy National University. – Kremenichuk: KrNU, 2017. – Issue 1/2017 (102). – P. 141–146.
3. Shemetov P.A. K voprosu o povyshenii effektivnosti ispolzovaniya geoeconomicheskogo potentsiala mestorozhdeniy slozhnogo stroeniya na sovremennom etape razvitiya otkrytykh gomnykh rabot // Gornyy vestnik Uzbekistana. – 2005. – No. 2 (21). – P. 54–59.
4. Prosandeev N.I. The problems of slopes angles increase within deep quarries // Ekolohiia i pryrodokorystuvannia. – 2012. – Vypusk 15. – P. 107–117.
5. Chernykh A.D., Kolosov V.A., Briukhovetskii O.S. et al. Complex mining of ore deposits. – Kyiv: Tekhnika, 2005. – 376 p.
6. Chernykh A.D. Ecological and economic efficiency of complex open-underground mining of ore deposits // Yubileinyi sbornik nauchnykh trudov. – Kryvyi Rig: KTU, 2007. – P. 26–29.

Рецензія/Peer review : 24.05.2018

Надрукована/Printed : 06.06.2018

Рецензент: д. т. н., проф. Артамонов В. В.

УДК 621:330

КУЗЬМЕНКО О. М.

ДВНЗ «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана»

ПЛІТНЬОВ М. В.

Східноукраїнський національний університет імені Володимира Даля, м. Северодонецьк

ФОРМУВАННЯ КОМПЕТЕНЦІЙ ЩОДО ПОШУКУ КОМПРОМІСУ У ВЗАЄМВІДНОСИНАХ ПІДПРИЄМСТВА З АКТОРАМИ РЕГІОНАЛЬНОГО РОЗВИТКУ: ПОСТАНОВКА ЗАВДАННЯ ТА НАПРЯМИ ВИРІШЕННЯ

Сформульовано проблематику пошуку компромісу у взаємовідносинах підприємства з акторами регіонального розвитку. Показано особливості пошуку компромісу для різних типів економічних систем. Визначено сукупність наукових та практичних завдань з формування компетенцій щодо пошуку компромісу у взаємовідносинах підприємства з акторами регіонального розвитку. Визначено головні напрями досліджень з формування компетенцій щодо пошуку компромісу у взаємовідносинах підприємства з акторами регіонального розвитку.

Ключові слова: компетенція, компроміс, підприємство, актор, регіональний розвиток.

KUZMENKO O.,

Kyiv National Economic University named after Vadym Hetman

PLIETNOV M.

Volodymyr Dahl East Ukrainian National University, Severodonetsk

FORMING COMPETENCES IN FINDING COMPROMISES IN THE RELATIONSHIPS OF AN ENTERPRISE WITH REGIONAL DEVELOPMENT ACTORS: TASKS AND SOLUTION DIRECTIONS

The aim of the article is to set the tasks for studying the theoretical and methodological principles of forming enterprise competencies in finding a compromise in relations with actors of regional development and defining directions for their solution. In the article it has been shown that the set of relations of enterprises with the regional development actors is very wide and diverse, which requires an enterprise to form the competencies to find the compromise in relations with regional development actors. It has been established that the relations between various actors of regional development take place in the competitive regional environment, which forms an objective economic and organizational space "region-enterprise", the nature of relations in which is determined by the market mechanism. It has been determined that the formation of competences for finding the compromise in the relations of an enterprise with regional development actors is the task of the target nature, and its solution should be sought in the plane of conflict of the goals and interests of individual actors. It has been determined that the necessary direction of research, which deals with forming the competences for finding the compromise in the enterprise's relations with regional development actors, from the standpoint of the systemic approach to the study of socio-economic phenomena is the development of the typology of these relationships, which in general would determine the structure of the required competencies. From this point of view, the main directions of further research within the specified subject area have been proposed in the publication.

Keywords: competence, compromise, enterprise, actor, regional development.

Постановка проблеми. Розробка та використання на підприємствах результативних організаційних та управлінських підходів до пошуку компромісу у взаємовідносинах з різноманітними впливовими акторами є головною передумовою формування дієвих механізмів розвитку економічних систем різного рівня. В той же час, проблема пошуку підприємством компромісу у взаємовідносинах з акторами регіонального розвитку залишається сьогодні малодослідженою. У науковців та практиків не має однозначної думки як стосовно сутності та структури компетенцій підприємства, так і щодо можливостей та механізмів їх формування та використання. Це пов'язано, по-перше, зі складністю процесів функціонування та розвитку підприємства в складному за структурою та динамікою змін зовнішньому середовищі, по-друге, із багаторівневими ланцюгами взаємодії підприємства з акторами регіонального розвитку. При цьому, на можливості та стратегії підприємства щодо пошуку компромісу у взаємовідносинах з акторами регіонального розвитку впливають можливості та стратегії інших акторів та контрагентів, а відповідні компетенції підприємства знаходяться під постійним впливом інших акторів, які теж приймають участь в процесах регіонального розвитку. Саме наявність у підприємств компетенцій щодо пошуку компромісу у взаємовідносинах з акторами регіонального розвитку є, на нашу думку, головним джерелом для розвитку підприємства в умовах конкурентної економіки. Необхідність розробки теоретичного, методичного та практичного інструментарію стосовно формування компетенцій щодо пошуку компромісу у взаємовідносинах підприємства з акторами регіонального розвитку визначає вибір теми публікації та зумовлює її актуальність.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Теоретико-методологічні питання формування у підприємства компетенцій щодо пошуку компромісу у взаємовідносинах з акторами регіонального розвитку недостатньо вивчені вченими та не розглядаються як окремий та цілісний предмет дослідження, хоча певні теоретичні підстави для здійснення такого дослідження вже назріли. Так, теоретичні засади використання

компетентнісного підходу в діяльності підприємств отримали розвитку в працях таких учених, як О. В. Вартанова [1, 2], В. А. Верба та О. А. Гребешкова [3], В. В. Захарченко та Т. Г. Белова, [4], Н. О. Сімченко [5] та ін. Науково-практичне завдання з пошуку компромісу між різними акторами частково вирішується в межах достатньо нового напрямку досліджень з безпекології, який орієнтовано на врахування інтересів різних зацікавлених сторін або груп інтересів. Цей напрям досліджень сьогодні навіть оформлюється в окрему предметну область "стейкхолдер-менеджмент". Розвитку цього напрямку присвячені праці таких вчених, як Г. В. Козаченко, В. П. Пономарьова, О. М. Ляшенко [6], Є. І. Овчаренко [7], які досліджували взаємозв'язки підприємства та його стейкхолдерів, а також вплив останніх на результати діяльності підприємства. Аналітичний інструментарій пошуку компромісу та налагодження взаємовідносин між різними акторами представлено в працях багатьох вчених в галузі теорії ігор, теорії управління, теорії ієрархічних систем тощо. Зокрема, М. М. Моїсєєв [8], О. М. Дегтярева [9] та інші вчені досліджували типологію, моделі і технології пошуку компромісів у взаємовідносинах акторів у різних системах управління. Окремі питання координації, узгодження та впровадження компенсаційних механізмів при взаємодії підприємств в регіональній економічній системі розглядала в своїх дослідженнях І. М. Семененко [10]. Втім, незважаючи на значну увагу вчених до аналізу взаємовідносин підприємств з акторами регіонального розвитку, й до теперішнього часу бракує науково обґрунтованих теоретико-методологічних засад, дієвих інструментів та механізмів формування у підприємства компетенцій щодо пошуку компромісу у взаємовідносинах з акторами регіонального розвитку.

Формування цілі статті. Метою статті є постановка завдань з дослідження теоретико-методологічних засад формування у підприємства компетенцій щодо пошуку компромісу у взаємовідносинах з акторами регіонального розвитку та визначення напрямів їх вирішення.

Виклад основного матеріалу дослідження. Питання пошуку нових конкурентних переваг в умовах інтеграції України до єдиного економічного простору з ЄС постають перед вітчизняними підприємствами та цілими регіонами. Зростання значення внутрішніх організаційних чинників в цих процесах зумовлює виникнення нових підходів в управлінні, які пов'язані з організаційним розвитком та формуванням актуальних для підприємства компетенцій. Одним з таких сучасних наукових підходів є концепція компетенцій підприємства, яка представляє собою певним чином сформовану систему знань, досвіду та організаційних можливостей, що визначає унікальність підприємства та є основою розвитку конкурентних переваг.

Формування у підприємства компетенцій щодо пошуку компромісу у взаємовідносинах з акторами регіонального розвитку є складним науково-практичним завданням. Його вирішення буде відрізнятися для різних типів економічних систем, одним із ключових елементів якої як системи виступає сукупність економічних відносин. В умовах економічної системи з домінуванням державного регулювання компетенції підприємств переважно будуть визначатися державними та регіональними органами влади. За умов ринкової економічної системи, яка базується на парадигмі конкурентної поведінки окремих акторів, переважають чинники управління, які безпосередньо впливають на формування та розвиток компетенцій підприємств щодо перемоги у стратегічному протистоянні та конкурентній боротьбі. При цьому цілі діяльності підприємства можуть суперечити цілям регіону. Ці протиріччя за сучасних умов вже носять навіть антагоністичний характер та негативно впливають на функціонування та розвиток як окремих підприємств, корпорацій та галузей, так і на розвиток регіонів в цілому. Якщо не сприяти формуванню у підприємств компетенцій щодо пошуку компромісу у взаємовідносинах з акторами регіонального розвитку, то в регіонах і далі будуть виникати негативні тенденції до поглиблення антагонізму між окремими акторами регіонального розвитку. Питанням пошуку компромісів у взаємовідносинах різних акторів присвячено достатню кількість досліджень. Разом з тим, це науково-практичне завдання поки не знайшло свого остаточного конструктивного вирішення, особливо в конкретній предметній області – пошуку компромісів у взаємовідносинах «регіон – підприємство».

Сучасне конкурентне регіональне середовище функціонування та розвитку підприємств є об'єктивним економічним та організаційним простором, в якому формуються і розвиваються різноманітні відносини між різноманітними акторами. Внаслідок цього регіональне економічне середовище отримує унікальні властивості і якості, які ускладнюють, а іноді і виключають можливість використання для його аналізу однозначно детермінованих підходів, які придатні для застосування стосовно стійкої та стабільної економічної системи. Для сучасного регіонального економічного середовища зокрема є характерним: багатоманітний та поляризований спектр відносин між акторами регіонального розвитку (від партнерства до антагонізму), що змушує враховувати в дослідженнях не лише традиційний баланс інтересів, а й інші типи відносин в системі «регіон – підприємство», які впливають на функціонування та розвитку регіональної системи; нестійкий характер динаміки розвитку, що формально виражається в частій зміні результатів діяльності незалежно від обраної стратегії та ймовірнісному слабо передбачуваному характері взаємин між акторами регіонального розвитку; наявність ознак не добросесних відносин між акторами регіонального розвитку, зокрема, таких як лобіювання своїх інтересів, дезінформація сторін щодо своїх намірів, інформаційна блокада, підкуп посадових осіб тощо, що суттєво ускладнює застосування класичних методів теорії управління та оптимізації для вирішення задач пошуку компромісу і змушує шукати нові підходи, що

враховують зазначені чинники; існуюча сукупність прийомів, способів і технологій врегулювання конфліктів, що виникають в регіональному середовищі функціонування та розвитку підприємств, орієнтована здебільшого на усунення негативних наслідків можливих конфліктів, а не на випередження.

Основою зазначених відносин в регіональному економічному середовищі виступають взаємини в системі «регіон-підприємство», характер яких визначається нині вже не ієрархічною адміністративною системою управління, а ринковим механізмом, основними елементами якого є конкуренція, самоорганізація, свобода вибору стратегії розвитку. Для усунення зазначених явищ необхідно орієнтувати дослідження на обмеження використання адміністративних інструментів управління в системі «регіон-підприємство» та розробку ринкових механізмів та інструментів, які носять здебільшого комунікаційний характер. На нашу думку, результативним ринковим та комунікаційним інструментом управління для таких умов повинен стати інструмент пошуку компромісу у взаємовідносинах підприємства з акторами регіонального розвитку.

З урахуванням зазначених умов функціонування та розвитку підприємства в складному економічному просторі, пошук компромісу у взаємовідносинах підприємства з акторами регіонального розвитку слід розглядати як один з напрямів реалізації корпоративної стратегії підприємства, а можливості та потенціал підприємства до реалізації такого пошуку необхідно враховувати при формуванні та розвитку компетенцій підприємства. Аналіз наукових публікацій показує, що взаємовідносини підприємства з контрагентами та організаційні зв'язки підприємства враховуються вченими при визначенні структури компетенцій підприємства. Зокрема, щодо О. В. Вартанова визначає компетенції підприємства як «унікальної сукупності знань, навичок, досвіду та організаційних зв'язків, які в поєднанні з ресурсами й технологіями формують основу для одержання підприємством конкурентних переваг і забезпечення його ринкового успіху...» [1]. Отже одним із елементів компетенцій підприємства виступає сукупність «організаційних зв'язків». При цьому у дослідженні О. В. Вартанової доведено, що «компетенція відіграє дуальну роль у стратегічному управлінні знаннями підприємства: з одного боку, вона є об'єктом стратегічного управління знаннями, з іншого – його головним результатом, який виникає під час реалізації стратегії управління знаннями та полягає у створенні інноваційного продукту з новими споживчими властивостями» [1]. Отже формування компетенцій з пошуку компромісу у взаємовідносинах підприємства з акторами регіонального розвитку слід розглядати в контексті зазначеного дуального характеру. Виявлений дослідником дуальний характер компетенцій підприємства полягає в «поєднанні компетенції персоналу та компетенції підприємства, які мають схожі складові, але виявляються на різних рівнях корпоративного управління, що визначає необхідність трансформації компетенцій персоналу в компетенцію підприємства шляхом стимулювання процесів одержання та передавання знань [1].

Окрім зазначеної дуальності, формування компетенцій з пошуку компромісу у взаємовідносинах підприємства з акторами регіонального розвитку є завданням цільового характеру, а його вирішення слід шукати у площині конфлікту цілей та інтересів окремих акторів. Стосовно цільових моделей пошуку компромісу у взаємовідносинах підприємства з акторами регіонального розвитку цікавим є дослідження Є. І. Овчаренка [7], який докладно займався проблематикою цілепокладання у господарчих суб'єктах. Дослідник не лише стверджує, що адекватна модель цілепокладання має виходити із множинності цілей навіть в середині підприємства через те, що там діють різні особи, які мають власні цілі, але й стверджує, що господарюючий суб'єкт виступає водночас як підприємство, як фірма та як організація, а ці три іпостасі господарюючого суб'єкту мають різні цілі. Власне має сенс навести цитату цього міркування: «... цілі підприємства, фірми та організації мають різну сутність та певну ієрархічність. Розгляд процесів узгодження цілей на понятійному рівні повинен виходити з того, що господарюючий суб'єкт, цілі якого узгоджуються, обов'язково одночасно розглядається як підприємство, як фірма та як організація. Лише одночасність підходу до розуміння сутності цілей цих трьох окремих утворень дозволить досягти дійсного стану узгодженості. Зважаючи на це, процес узгодження цілей на рівні підприємства є заключним етапом після узгодження на рівні фірми та організації. Цілі підприємства стосуються створення товарів, виробничих чинників для задоволення різноманітних потреб суспільства. Цілі фірми стосуються її економічного зростання та розширення меж господарської діяльності в умовах невизначеності, формування економічних об'єднань тощо, тобто поведіння ("гри") на певному ринку. Цілі ж організації відображають інтереси та напрями зусиль учасників організації окремо чи у складі певних коаліцій. Процес цільового узгодження усередині та між організаційними системами обов'язково повинен базуватися на узгодженості на усіх трьох вищезазначених об'єктних рівнях. Механізм цілепокладання та узгодження може призводити до прийнятного стану лише за умови побудови такого узгодження на основі чіткого розуміння цільових передумовок плануючих суб'єктів. Механізм узгодження, в основі якого є сутність самої цілі, її вага та безособова значущість, приречений на неефективність. Цільові передумовки, у свою чергу породжуються, організаційним рівнем значно вищим ніж рівень, де організаційна система стає плануючою. Механізм цілепокладання припускає множинність цілей учасників підприємства, їх конфліктність та випадки неможливості зведення в єдину ціль, значно в більшій мірі відповідає реальній дійсності на сучасних підприємствах...» [7].

В неявній формі до часткового вирішення завдання формування компетенцій з пошуку компромісу у взаємовідносинах підприємства з акторами регіонального розвитку зверталися вчені в межах вельми

різноманітних досліджень. Зокрема І. М. Семененко при дослідженні інституційних засад сталого розвитку регіону запропонувала комплекс організаційних та фінансових заходів для підприємств регіону, який полягає в реалізації компенсаційного механізму сталого розвитку, спрямованого на забезпечення збалансованості використання ресурсів та повноважень виконавців у реалізації відповідних проектів портфелю проектів інституційного забезпечення сталого розвитку регіону на засадах цільового управління підприємствами [10]. Але в дослідженні вченого не визначено хто і як організаційно буде зазначений комплекс заходів реалізовувати, в межах яких компетентностей суб'єктів регіонального розвитку ці заходи будуть здійснюватися. На наше переконання для втілення багатьох наукових розробок щодо пошуку компромісу у взаємовідносинах підприємства з акторами регіонального розвитку необхідно формувати відповідні компетенції.

Важливим напрямом досліджень щодо вирішення завдання формування компетенцій щодо пошуку компромісу у взаємовідносинах підприємства з акторами регіонального розвитку є розробка відповідного інформаційного та аналітичного забезпечення. Нині можна визначити три відносно самостійні аналітичні підходи до пошуку компромісу, які отримали найбільшого поширення: логіко-емпіричний, переваги якого полягають у можливості обліку слабо формалізованих чинників, використанні досвіду практичної діяльності керівників підприємств, доступності методичних матеріалів для фахівців-практиків; теоретико-ігровий, який ґрунтується на припущеннях про наявність повного списку можливих стратегій поведінки конфліктуючих сторін та принцип мінімуму середнього ризику; оптимізаційний, за якого пошук компромісів зводиться до побудови і дослідження моделей координаційного типу [9]. В цілому жоден із зазначених підходів, взятий окремо, не дозволяє створити результативного інформаційно-аналітичного забезпечення, яке дозволяло б вирішувати практичні проблеми аналізу та пошуку компромісу у взаємовідносинах підприємства з акторами регіонального розвитку.

Необхідним напрямом досліджень з формування компетенцій щодо пошуку компромісу у взаємовідносинах підприємства з акторами регіонального розвитку з позиції системного підходу до вивчення соціально-економічних явищ є розробка типології цих взаємовідносин, які будуть в цілому визначати і структуру необхідних компетенцій. З цього приводу цікавими є дослідження зокрема О. М. Дегтяревої [9], яка докладно проаналізувала типи компромісів у системі «центр – підприємство». При визначенні типів компромісів у взаємовідносинах підприємства з акторами регіонального розвитку можна виділити такі найбільш загальні: цільові компроміси, які спрямовані на узгодження цілей взаємодіючих суб'єктів, а їх сутність полягає в максимально можливому поєднанні цільових векторів регіону і підприємства шляхом проведення переговорів; часові компроміси, які зорієнтовані на узгодження процесів функціонування та розвитку регіону та підприємства в часі; просторові компроміси пов'язані з загальною територією функціонування та розвитку регіону і підприємств (наприклад, територіальні суперечки і розбіжності при реалізації інвестиційного проекту на території регіону); технологічні компроміси, які спрямовані на вирішення протиріч, що обумовлені вибором технології або способу досягнення цілей функціонування та розвитку; ресурсні компроміси, які пов'язані з можливим виникненням ситуації дефіциту ресурсів, який можна компенсувати за рахунок інших акторів регіонального розвитку.

З погляду на зазначене вбачається за можливе визначити такі основні напрями та завдання дослідження щодо предметної області формування компетенцій щодо пошуку компромісу у взаємовідносинах підприємства з акторами регіонального розвитку: визначення передумов пошуку компромісу у взаємовідносинах підприємства з акторами регіонального розвитку та розробка типології взаємовідносин і компетенцій щодо пошуку компромісу; розробка способів та алгоритмів оцінювання компромісів та компетенцій щодо пошуку компромісу у взаємовідносинах «регіон-підприємство»; розробка підходів до формування компетенцій щодо пошуку компромісу у взаємовідносинах підприємства з акторами регіонального розвитку; розробка технологій врегулювання конфліктних взаємовідносин в системі «регіон-підприємство».

Висновки. Отже, сукупність взаємовідносин підприємства з акторами регіонального розвитку є вельми широкою і різноманітною, що потребує формування у підприємства компетенцій щодо пошуку компромісу у взаємовідносинах з акторами регіонального розвитку. Взаємовідносини між різноманітними акторами регіонального розвитку відбуваються у конкурентному регіональному середовищі, яке утворює об'єктивний економічний та організаційний простір «регіон-підприємство», характер відносин в якому визначається ринковим механізмом. Результативним ринковим та комунікаційним інструментом управління для таких умов повинен стати інструмент пошуку компромісу у взаємовідносинах підприємства з акторами регіонального розвитку. Формування компетенцій з пошуку компромісу у взаємовідносинах підприємства з акторами регіонального розвитку є завданням цільового характеру, а його вирішення слід шукати у площині конфлікту цілей та інтересів окремих акторів. Крім того, пошук компромісу у взаємовідносинах підприємства з акторами регіонального розвитку слід розглядати як один з напрямів реалізації корпоративної стратегії підприємства, а можливості та потенціал підприємства до реалізації такого пошуку необхідно враховувати при формуванні компетенцій підприємства.

Важливим напрямом досліджень щодо вирішення завдання формування компетенцій щодо пошуку компромісу у взаємовідносинах підприємства з акторами регіонального розвитку є розробка відповідного

інформаційного та аналітичного забезпечення. Нині можна визначити три відносно самостійні аналітичні підходи до пошуку компромісу, які отримали найбільшого поширення: логіко-емпіричний, теоретико-ігровий, оптимізаційний. Необхідним напрямом досліджень з формування компетенцій щодо пошуку компромісу у взаємовідносинах підприємства з акторами регіонального розвитку з позиції системного підходу до вивчення соціально-економічних явищ є розробка типології цих взаємовідносин, які будуть в цілому визначати і структуру необхідних компетенцій. З точки зору предметної області дослідження цікавим є вивчення не лише формальних економічних та організаційних взаємовідносин підприємства з акторами регіонального розвитку, а й особистісних, психологічних, емоційних чинників, оскільки вони роблять значний вплив на стан і динаміку регіонального розвитку. Тому необхідно розглядати формування компетенцій щодо пошуку компромісу у взаємовідносинах підприємства з акторами регіонального розвитку як системний процес зміни різноманітних типів взаємовідносин та відповідних компетенцій підприємства. З погляду на це в публікації були запропоновані основні напрями подальшого дослідження в межах окресленої предметної області.

Література

1. Варганова О. В. Формування компетенції підприємства у стратегічному управлінні знаннями [Електронний ресурс] / О. В. Варганова. — Режим доступу : // <http://global-national.in.ua/archive/3-2015/49.pdf>.
2. Варганова О.В. Компетенція підприємства у стратегічному управлінні підприємством: формування і розвиток : [монографія] / О.В. Варганова. — Луганськ : Вид-во СНУ ім. В. Даля, 2012. — 340 с.
3. Верба В.А. Проблеми ідентифікації компетенцій підприємства [Електронний ресурс] / В.А. Верба, О. М. Гребешкова. — Режим доступу : <http://www.management.com.ua/strategy/str100.html>.
4. Захарченко В.В. Ідентифікація ключових компетенцій підприємства [Електронний ресурс] / В.В. Захарченко, Т.Г. Белова. — Режим доступу : <http://dspace.nuft.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/3042/3/5.pdf>.
5. Сімченко Н.О. Використання компетенційного підходу до формування стійких конкурентних переваг підприємства [Електронний ресурс] / Н.О. Сімченко. — Режим доступу : http://www.nbu.gov.ua/portal/Soc_Gum/Ekpr/2010_33/Zmist/29PDF.pdf.
6. Козаченко Г. В. Економічна безпека підприємства: сутність та механізм забезпечення : [монографія] / Г. В. Козаченко, В. В. Понамаров, О. М. Ляшенко. — К. : Лібра, 2003. — 280 с.
7. Овчаренко Є.І. Генеза та сучасні уявлення теорій фірми щодо цілі та цілепокладання: аспекти використання у системі економічної безпеки підприємства / Є.І. Овчаренко // Управління проектами та розвиток виробництва : зб. наук. пр. — Луганськ : Вид-во СНУ ім. В. Даля, 2013. — № 1(48). — С. 32–43.
8. Моисеев Н. Н. Математические задачи системного анализа / Н. Н. Моисеев. — М. : Главная редакция физико-математической литературы, 1981. — 487 с.
9. Дегтярева О.Н. Модели и технологии поиска компромиссов : [монографія] / О.Н. Дегтярева. — Воронеж : Изд-во «Научная книга», 2006. — 105 с.
10. Семененко І.М. Забезпечення сталого розвитку регіону: інституційні засади та трансформація цільового управління підприємствами : [монографія] / Северодонецьк : Вид-во СНУ ім. В. Даля, 2017. — 370 с.

References

1. Vartanova O. V. Formuvannia kompetentsii pidpriemstva u stratehichnomu upravlinni znanniamy [Elektronnyi resurs] / O. V. Vartanova. — Rezhym dostupu : // <http://global-national.in.ua/archive/3-2015/49.pdf>.
2. Vartanova O.V. Kompetentsiia pidpriemstva u stratehichnomu upravlinni pidpriemstvom: formuvannia i rozvytok : [monohrafiia] / O.V. Vartanova. — Luhansk : Vyd-vo SNU im. V. Dalia, 2012. — 340 s.
3. Verba V.A. Problemy identyfikatsii kompetentsii pidpriemstva [Elektronnyi resurs] / V. A. Verba, O. M. Hrebeshkova. — Rezhym dostupu : <http://www.management.com.ua/strategy/str100.html>.
4. Zakharchenko V.V. Identifikatsiia kliuchovykh kompetentsii pidpriemstva [Elektronnyi resurs] / V.V. Zakharchenko, T.H. Bielova. — Rezhym dostupu : <http://dspace.nuft.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/3042/3/5.pdf>.
5. Simchenko N.O. Vykorystannia kompetentsiinoho pidkholu do formuvannia stiikykh konkurentnykh perevah pidpriemstva [Elektronnyi resurs] / N.O. Simchenko. — Rezhym dostupu : http://www.nbu.gov.ua/portal/Soc_Gum/Ekpr/2010_33/Zmist/29PDF.pdf.
6. Kozachenko H. V. Ekonomichna bezpeka pidpriemstva: sutnist ta mekhanizm zabezpechennia : [monohrafiia] / H. V. Kozachenko, V. V. Ponomarov, O. M. Liashenko. — K. : Libra, 2003. — 280 s.
7. Ovcharenko Ye.I. Geneza ta suchasni uiavlennia teorii firmy shchodo tsili ta tsilepokladannia: aspekty vykorystannia u systemi ekonomichnoi bezpeky pidpriemstva / Ye.I. Ovcharenko // Upravlinnia proektamy ta rozvytok vyrobnytstva : zb. nauk. pr. — Luhansk : Vyd-vo SNU im. V. Dalia, 2013. — № 1(48). — S. 32–43.
8. Moiseev N. N. Matematicheskie zadachi systemnoho analiza / N. N. Moiseev. — M. : Hlavnaia redaktsiia fizyko-matematicheskoi lyteratury, 1981. — 487 s.
9. Dehtiareva O.N. Modeli i tekhnologii poiska kompromissov : [monohrafiia] / O.N. Dehtiareva. — Voronezh : Yzd-vo «Nauchnaia knyha», 2006. — 105 s.
10. Semenenko I.M. Zabezpechennia staloho rozvytku rehionu: instytutsiini zasady ta transformatsiia tsilovoho upravlinnia pidpriemstvamy : [monohrafiia] / Sievierodonetsk : Vyd-vo SNU im. V. Dalia, 2017. — 370 s.

Рецензія/Peer review : 22.05.2018
Надрукована/Printed : 04.06.2018
Рецензент: д. е. н., проф. Репіна І. М.

УДК : 338.45:005.95:331.52

ЗІНОВСЬКА С. І.
Запорізький національний університет

ЕКОНОМІЧНА СУТНІСТЬ ПЕРСОНАЛУ НА ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВА ТА ШЛЯХИ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ЙОГО ВИКОРИСТАННЯ

В статті проаналізовано існуючі підходи вчених до трактування сутності дефініції «персонал» та запропоновано розглядати персонал як сукупність працівників промислового підприємства, які мають високий рівень кваліфікації, володіють необхідними здібностями, навичками, мають досвід практичної роботи, забезпечують його економічний розвиток, покращення фінансових результатів за умови стимулювання їх праці, створення безпечних умов праці. Визначено роль, призначення, функції персоналу на промисловому підприємстві. Встановлено, що злагодженість, безперервність та висока якість функціонування промислового підприємства залежать від своєчасного виконання роботи працівниками. Запропоновано шляхи підвищення ефективного використання персоналу: розробка загальної стратегії розвитку з урахуванням ефективності використання персоналу; мотивація; соціальний захист та гарантії, визначення спільних цілей; контроль за рівнем кваліфікації працівників; атестація працівників; покращення системи прийняття рішень та спрямування завдань до персоналу; проведення курсів підвищення кваліфікації; автоматизація та механізація виробництва, організація робочих місць; зацікавлення працівників в підвищенні кваліфікації; конкурсна система прийому на роботу; створення сприятливих, безпечних умов діяльності; взаємодія керівництва з персоналом; вдосконалення системи управління персоналом, визначення повноважень керівництва; матеріальне стимулювання персоналу.

Ключові слова: персонал, функції персоналу, використання персоналу, ефективність, результативність діяльності, управління, промислове підприємство.

ZINOVSKA S.
Zaporizhzhia National University

THE ECONOMIC SITUATION OF PERSONNEL ON INDUSTRIAL ENTERPRISES AND THE WAYS OF IMPROVING THE EFFICIENCY OF ITS USE

The article analyzes the existing approaches of scientists to the interpretation of the essence of the definition of «personnel» and proposes to consider the personnel as a set of employees of the industrial enterprise, which have a high level of qualification, possess the necessary abilities, skills, have practical experience, provide its economic development, improve financial results provided stimulating their work, creating safe working conditions. The roles, appointments, functions of the personnel at the industrial enterprise are determined. It has been established that the coherence, continuity and high quality of the operation of an industrial enterprise depends on timely performance of work by employees. The ways of improving the effective use of personnel are proposed: development of a general strategy of development taking into account the efficiency of personnel use; motivation; social protection and guarantees, definition of common goals; control over the level of skills of employees; attestation of employees; improvement of the decision-making system and the direction of staffing; conducting advanced training courses; automation and mechanization of production, organization of workplaces; the interest of employees in raising their qualifications; competitive recruitment system; creation of favourable, safe conditions of activity; interaction of management with personnel; improvement of the personnel management system, determination of management powers; material incentives for staff.

Key words: personnel, personnel functions, personnel use, efficiency, performance of activity, management, industrial enterprise.

Постановка проблеми. В умовах нестабільності ринкового середовища, складності та збитковості переважної більшості промислових підприємств, погіршення фінансових результатів зростає роль раціональності використання ресурсів, особливо трудових ресурсів. Наявність на підприємстві кваліфікованих трудових ресурсів, їх раціональне використання шляхом впровадження відповідних систем управління, створення безпечних умов праці дозволять не лише підвищити продуктивність праці, обсяги виробництва продукції, але й фінансову стійкість, сформувати конкурентні переваги як на внутрішньому, так і на зовнішньому ринках. Відповідно постає потреба в підвищенні конкурентоспроможності персоналу, оцінці ефективності їх використання, визначенні ролі в діяльності підприємства, а також дослідженні сутності поняття «персонал», що підтверджує актуальність обраної теми.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питання визначення сутності дефініції «персонал», з'ясування функцій, ролі, призначення персоналу в діяльності промислового підприємства, напрямів та шляхів ефективного використання персоналу досліджено в роботах таких вчених: Бажан І.І. [1], Базалійська Н.П., Бойко Д.І. [2, с. 267–299], Балабанова Л.В. [3], Бучинська Т.В. [4, с. 228–230], Виноградова О.В., Пілігрим К.І. [5, с. 340–346], Гайдучок Т.С., Киян А.В. [6, с. 730–735], Дідур К.М. [7, с. 126–128], Крушельницька О.В., Мельничук Д.П. [8], Майстер Л.А. [9, с. 212–218], Пашенко О.І. [10], Череп А.В., Шитікова Л.В. [12, с. 254–256], Шахно А.Ю. [13, с. 238–244], Якубів Р.Д. [14, с. 132–135].

Незважаючи на існуючі дослідження, існує ряд невирішених питань, що стосуються визначення ролі персоналу в роботі промислового підприємства та шляхів підвищення ефективності його використання.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Варто відзначити, що існуючі дослідження вчених заслуговують на увагу, але виникає потреба у конкретизації функцій персоналу, його ролі в діяльності підприємства, визначенні основних напрямів підвищення ефективності використання

персоналу. Вище наведена проблематика потребує додаткового дослідження, що створить передумови для підвищення результативності господарювання.

Постановка завдання. Метою статті є аналіз підходів вчених до трактування сутності дефініції «персонал», визначення ролі, призначення, функцій персоналу на промисловому підприємстві, формування шляхів підвищення ефективного використання персоналу.

Виклад основного матеріалу дослідження. В процесі функціонування промислових підприємств важливу роль відіграє забезпечення трудовими ресурсами, їх раціональне використання, злагодженість роботи персоналу, що гарантує успішність виробничого процесу, впровадження новітніх технологій. Персонал будь-якого підприємства має складну кількісну та якісну структуру, певні повноваження та завдання, дотримується принципів роботи. Очевидно, що результативність діяльності підприємства залежить від використання персоналу, які виконують основну роботу. Тому для успішного функціонування підприємства необхідним є достатня кількість кваліфікованих кадрів, які виконують поставлені обов'язки та завдання, сприяють досягненню економічного, фінансового ефекту.

Тому для більш глибокого розуміння сутності поняття «персонал» нами було проаналізовано існуючі підходи вчених та з'ясовано, що персонал підприємства – це сукупність працівників промислового підприємства, які мають високий рівень кваліфікації, володіють необхідними здібностями, навичками, мають досвід практичної роботи, беруть участь в усіх сферах діяльності підприємства та забезпечують його економічний розвиток, покращення фінансових результатів за умови стимулювання їх праці, створення безпечних умов праці.

Склад працюючих впливає на найважливіші виробничі показники: рівень продуктивності праці, собівартість продукції, рівень оплати праці, якість виробленої продукції, рівень витрат та доходів.

Щодо структури персоналу підприємства, то переважають кваліфіковані і висококваліфіковані працівники, а також більшу частку працівників на промислових підприємствах становлять робітники, які виконують вже розроблені та поставлені завдання, менша частка припадає на керівників, спеціалістів та службовців.

На нашу думку, зовнішні та внутрішні фактори мають вплив на формування структури, складу персоналу підприємства. Серед зовнішніх факторів, що мають вплив на персонал підприємства, визначено чисельність економічно активного (працездатного) населення, рівень освіти, кваліфікація персоналу, співвідношення попиту та пропозиції робочої сили, віковий чинник, добробут населення, прожитковий мінімум.

До внутрішніх факторів впливу на персонал підприємства можна віднести привабливість конкретного підприємства для працевлаштування, рівень заробітної плати, безпечні умови для виконання роботи, використання стимулів та методів мотивації, захист працівників, обсяг пропозиції необхідних кадрів на ринку робочої сили, премії та винагороди.

Ефективність діяльності підприємства залежить від врахування наведених факторів зовнішнього та внутрішнього середовища, результатів роботи всіх працівників. В свою чергу, рівень ефективності виконання роботи залежить від рівня освіченості та кваліфікації тих, хто працює на підприємстві. Тобто результативність виконання наданої роботи залежить від вмінь та навичок персоналу. За рівнем кваліфікації робітників поділяють на такі групи [1; 4; 12; 14]: висококваліфіковані (тобто працівники виконують складні завдання, несуть відповідальність за їх виконання, мають спеціальні знання, проходять стажування), кваліфіковані (працівники, які мають необхідну підготовку, достатній досвід роботи), малокваліфіковані (виконують прості роботи, мають незначну підготовку, низький рівень кваліфікації) та некваліфіковані (виконання допоміжних завдань, відсутність спеціальної підготовки) робітники.

Для визначення відповідно кваліфікаційного рівня робітників і службовців загальних професій використовується Єдина тарифна сітка, яка містить 15 тарифних розрядів. В 2003 році було введено Єдину тарифну сітку для працівників установ, закладів та організацій окремих галузей бюджетної сфери, в якій передбачено 25 тарифних розрядів, а також для робітників – 8 тарифних розрядів [11].

За умови постійного економічного розвитку, науково-технічного прогресу постійно змінюються умови виконання праці, використовується автоматизоване виробництво, сучасні технології, новітнє обладнання, що обумовлює зменшення потреби в певних працівниках, підвищення вимог та зміну складу працівників.

Тому злагодженість, безперервність та висока якість функціонування промислового підприємства залежить від своєчасного виконання роботи працівниками, ефективності процесу виробництва. Управлінський персонал промислового підприємства виконує наступні функції: складання поточних планів розвитку; організація роботи; комплектування необхідними працівниками; організація приймання та звільнення з роботи; надання відпусток; облік персоналу; контроль за порушеннями працівників; вивчення здібностей персоналу; аналіз вікового складу; підвищення кваліфікації; переміщення працівників від одного підрозділу до іншого; визначає винагороди; підготовка звітності щодо кількості працівників; контроль за виконанням розпоряджень.

Основними особливостями роботи, яка виконується на промислових підприємствах є складність галузевої структури, різноманітність спеціалізації та видів робіт, складність виробництва та технологічних процесів, багатоваріантність серійності виробництва, високий рівень трудомісткості продукції та великі трудові витрати. Цим пояснюється різноманітність функцій, які виконуються управлінським персоналом підприємства.

Оскільки основною метою діяльності підприємств є отримання прибутку та скорочення витрат, досягнення стратегічних цілей, то успішність їх функціонування залежить від автоматизованості процесу виробництва, раціональності використання трудових ресурсів. При цьому обсяг виробленої продукції повинен відповідати існуючим стандартам, вимогам, що забезпечить конкурентоспроможність, рентабельність продукції, зростання попиту на неї. Тому ефективність та якість виробництва продукції залежить від раціональності розподілу ресурсів, а саме використання трудових ресурсів.

Доцільно відзначити, що промислове підприємство має можливість покращити показники фінансової діяльності, економічний розвиток, підвищити прибутковість, сформувати конкурентні переваги, зміцнити позиції на ринку за умови ефективного використання персоналу, застосування заходів щодо підвищення результативності його роботи, продуктивності праці. Задля підвищення ефективності використання персоналу на промислових підприємствах доцільно враховувати принципи управління персоналом, серед яких економічність (використання раціональної системи управління персоналом, підвищення ефективності виробництва, скорочення витрат на виробництво продукції); прогресивність (використання сучасних методів управління персоналом, дослідження закордонного досвіду); оптимальність (вибір більш оптимальної пропозиції щодо формування процесу управління персоналом); перспективність (визначення перспектив розвитку підприємства при здійсненні управління персоналом); оперативність (своєчасна розробка, прийняття, реалізація рішень щодо управління персоналом); науковість (при здійсненні управління персоналом доцільно враховувати досягнення науки, сучасні методи, інновації); узгодженість (узгодження процесу управління персоналом з цілями підприємства, рішеннями керівництва) [2; 4; 8; 9; 14]. Наведені принципи є доцільними для використання під час управління персоналом, що гарантуватиме ефективне їх функціонування, злагоджену роботу та що впливає на кінцевий результат діяльності підприємства, тобто прибуток.

Одночасно, під час розробки заходів щодо підвищення ефективності діяльності та використання персоналу доцільним є врахування досягнутих фінансових показників на підприємстві за визначений період. Тому доцільною є розробка заходів, шляхів щодо підвищення ефективності використання персоналу, які будуть ґрунтуватися на використанні принципів, функцій та сприятимуть зростанню проаналізованих показників.

Також, важливою передумовою підвищення ефективності використання персоналу на підприємстві є врахування спеціалізації, специфіки роботи певного підприємства, умов роботи, кваліфікації працівників, дії чинників оточуючого середовища, наявності стимулів до праці. Проте, для кожного окремого підприємства доцільно розробляти та впроваджувати відмінний набір заходів, який би враховував специфіку його функціонування, аналіз результативності, прибутковості, організацію процесу діяльності, всіх структурних підрозділів.

В умовах змінності ринкового середовища функціонування, банкрутства значної кількості підприємств, загострення конкурентної боротьби при розробці шляхів покращення використання персоналу доцільним є використання не лише вітчизняного досвіду, але й закордонного досвіду, здійснення їх порівняння, визначення переваг і недоліків, розробка власної системи використання та управління персоналом, що сприятиме зростанню їх конкурентоздатності.

За результатами дослідження нами було визначено основні шляхи підвищення ефективності використання персоналу на промисловому підприємстві: розробка загальної стратегії розвитку з урахуванням ефективності використання персоналу; мотивація (використання стимулів до праці сприятиме підвищенню її ефективності, відповідальності за отримані результати, покращенню якості виробленої продукції, заохочення працівників, які запропонували інновації щодо зростання продуктивності праці); соціальний захист та гарантії, визначення спільних цілей; контроль за рівнем кваліфікації працівників (прийняття на роботу лише кваліфікованих працівників, що відповідають встановленим вимогам при прийнятті на роботу); атестація працівників (проведення перевірки знань працівників щодо відповідності займаній посаді); покращення системи прийняття рішень та спрямування завдань до персоналу (забезпечить швидкість виконання поставлених завдань); проведення курсів підвищення кваліфікації (організація даних курсів дозволить працівникам опанувати нові знання, покращити ефективність роботи, підвищити рівень заробітної плати); автоматизація та механізація виробництва, організація робочих місць (забезпечить скорочення часу на виконання певних робіт, підвищення якості отриманих результатів, обладнання робочих місць); зацікавлення працівників в підвищенні кваліфікації (дозволить підвищити рівень оплати праці, ефективність роботи на виробництві); конкурсна система прийому на роботу (використання даної системи сприятиме прийому на роботу кваліфікованих кадрів); створення сприятливих, безпечних умов діяльності (створення сприятливого психологічного клімату в колективі, умов для відпочинку, забезпечити злагодженість роботи, покращити умови роботи); взаємодія керівництва з персоналом (доступність інформації про результати роботи підприємства, підвищення заробітної плати за умови зростання продуктивності праці, можливість участі в прийнятті рішень); вдосконалення системи управління персоналом, визначення повноважень керівництва; матеріальне стимулювання персоналу (підтримання творчих ідей, створення творчих робочих груп) [7; 10; 12; 13].

Визначені шляхи до підвищення ефективності використання та управління персоналом є доцільними для використання на промислових підприємствах, але з урахуванням існуючої системи

управління, що сприятиме досягненню цілей підприємства в цілому та окремого працівника. Застосування даних заходів сприятиме зростанню продуктивності праці, обсягів збуту та реалізації продукції, покращенню господарської діяльності підприємства.

Висновки і пропозиції. За результатами дослідження визначено, що персонал підприємства – це сукупність працівників промислового підприємства, які мають високий рівень кваліфікації, володіють необхідними здібностями, забезпечують його економічний розвиток, покращення фінансових результатів за умови стимулювання їх праці, створення безпечних умов праці. Наведено класифікацію працівників за рівнем кваліфікації – висококваліфіковані, середньокваліфіковані, малокваліфіковані та некваліфіковані працівники. Залежно від посади, яку займає робітник залежать функції, які будуть виконуватися ним на підприємстві. Ефективність функціонування підприємства залежить від використання трудового ресурсу, визначення напрямів та способів підвищення їх ефективності. Серед основних шляхів підвищення ефективності використання персоналу було визначено: розробка загальної стратегії розвитку з урахуванням ефективності використання персоналу; мотивація; соціальний захист та гарантії, визначення спільних цілей; контроль за рівнем кваліфікації працівників; атестація працівників; покращення системи прийняття рішень та спрямування завдань до персоналу; проведення курсів підвищення кваліфікації; автоматизація та механізація виробництва, організація робочих місць; зацікавлення працівників в підвищенні кваліфікації; конкурсна система прийому на роботу; створення сприятливих, безпечних умов діяльності; взаємодія керівництва з персоналом; вдосконалення системи управління персоналом, визначення повноважень керівництва; матеріальне стимулювання персоналу. За умови використання даних рекомендацій промислове підприємство матиме можливість покращити ефективність використання персоналу, атмосферу в колективі, продуктивність їх роботи та результативність його функціонування.

Необхідно зазначити, що використання персоналу на підприємстві, стимулювання їх праці, підвищення кваліфікації забезпечить економічний розвиток підприємства, максимізацію прибутку, зростання виробничих потужностей, збільшення обсягів реалізації, мінімізацію витрат, дозволяє більш ефективно використовувати ресурси.

Література

1. Бажан І.І. Сутність категорії «трудовий потенціал» та її економічна природа / І.І. Бажан // Формування ринкових відносин в Україні. – 2003. – № 1 (20). – С. 69–73.
2. Базалійська Н.П. Концептуальні основи оцінювання персоналу промислового підприємства [Електронний ресурс] / Н.П. Базалійська, Д.І. Бойко // Глобальні та національні проблеми економіки. – 2015. – Вип. 5. – С. 296–300. – Режим доступу : <http://global-national.in.ua/issue-5-2015/13-vipusk-5-traven-2015-r/800-bazalijska-n-p-bojko-d-i-kontseptualni-osnovi-otsinyuvannya-personalu-promislovogo-pidpriemstva>.
3. Балабанова Л.В. Управління персоналом : підручн. / Л.В. Балабанова, О.В. Сардак. – К. : ЦУЛ, 2011. – 468 с.
4. Бучинська Т.В. Сутність та складові професійної компетентності персоналу в умовах конкуренції / Т.В. Бучинська // Економічний аналіз : зб. наук. праць. – 2014. – Том 15. – № 2. – С. 228–233.
5. Виноградова О.В. Сутність мотивації персоналу як основи розвитку підприємства / О.В. Виноградова, К.І. Пілігрим // Бізнес інформ. – 2013. – № 12. – С. 339–347.
6. Гайдучок Т.С. Доходи персоналу підприємства в контексті обліково-економічного змісту [Електронний ресурс] / Т.С. Гайдучок, А.В. Киян // Економіка і суспільство. – 2017. – Вип. 8. – С. 730–736. – Режим доступу : <http://economyandsociety.in.ua/journal-8/15-stati-8/781-gajduchok-t-s-kiyan-a-v>.
7. Дідур К.М. Шляхи підвищення ефективності системи управління персоналом в аграрних підприємствах / К.М. Дідур // Вісник Дніпропетровського державного аграрно-економічного університету. – 2015. – № 1 (35). – С. 125–129.
8. Крушельницька О.В. Управління персоналом / О.В. Крушельницька, Д.П. Мельничук. – К. : Кондор. — 2007. — 428 с.
9. Майстер Л.А. Економічна сутність персоналу та його сучасне значення в системі управління підприємством / Л.А. Майстер // Формування ринкових відносин в Україні. – 2012. – № 3(130). – С. 212–218.
10. Пашенко О.І. Шляхи підвищення ефективності управління керівників та спеціалістів на підприємстві / О.І. Пашенко // Управління розвитком. – 2012. – № 11. – С. 67–68.
11. Постанова Кабінету Міністрів України від 2 лютого 1993 р. № 74 [Електронний ресурс] // Законодавство України. – Режим доступу : <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/74-93-%D0%BF>
12. Череп А. В. Методичні підходи до використання трудових ресурсів у відповідності з потенційними можливостями підприємства / А.В. Череп, Л.В. Шитікова // Бізнес-Інформ. – 2013. – № 10. – С. 253–257.
13. Шахно А. Ю. Основні напрямки підвищення ефективності праці трудових ресурсів підприємства / А.Ю. Шахно, Г.А. Лашкун, Б.Ю. Голобородько // Економічний аналіз : зб. наук. Праць. – 2014. – Том 15. – № 3. – С. 237–245.
14. Якубів Р.Д. Класифікація персоналу підприємства: управлінський підхід / Р.Д. Якубів // Інновація економіка: науково-виробничий журнал. – 2014. – № 3(52). – С. 131–136.

References

1. Bazhan I.I. Sutnist katehorii «trudovy potentsial» ta yii ekonomichna pryroda / I.I. Bazhan // Formuvannia rynkovykh vidnosyn v Ukraini. – 2003. – № 1 (20). – S. 69–73.

2. Bazaliiska N.P. Kontseptualni osnovy otsiniuvannya personalu promysloвого pidpriemstva [Elektronnyi resurs] / N. P. Bazaliiska, D. I. Boiko // Hlobalni ta natsionalni problemy ekonomiky. – 2015. – Vyp. 5. – S. 296–300. – Rezhym dostupu : <http://global-national.in.ua/issue-5-2015/13-vipusk-5-traven-2015-r/800-bazalijska-n-p-bojko-d-i-kontseptualni-osnovi-otsinyuvannya-personalu-promislovogo-pidpriemstva>.
3. Balabanova L. V. Upravlinnia personalom : pidruchn. / L.V. Balabanova, O.V. Sardak. – K. : TsUL, 2011. – 468 s.
4. Buchynska T.V. Sutnist ta skladovi profesiinoi kompetentnosti personalu v umovakh konkurentsii / T.V. Buchynska // Ekonomichnyi analiz : zb. nauk. prats. – 2014. – Tom 15. – № 2. – S. 228–233.
5. Vynohradova O.V. Sutnist motyvatsii personalu yak osnovy rozvytku pidpriemstva / O.V. Vynohradova, K.I. Pilihrim // Biznes inform. – 2013. – № 12. – S. 339–347.
6. Haiduchok T. S. Dokhody personalu pidpriemstva v konteksti oblikovo-ekonomichnogo zmistu [Elektronnyi resurs] / T. S. Haiduchok, A. V. Kyian // Ekonomika i suspilstvo. – 2017. – Vyp. 8. – S. 730–736. – Rezhym dostupu : <http://economyandsociety.in.ua/journal-8/15-stati-8/781-gajduchok-t-s-kiyan-a-v>.
7. Didur K. M. Shliakhy pidvyshchennia efektyvnosti systemy upravlinnia personalom v ahrarykh pidpriemstvakh / K. M. Didur // Visnyk Dnipropetrovskoho derzhavnoho aharno-ekonomichnogo universytetu. – 2015. – № 1 (35). – S. 125–129.
8. Krushelnytska O.V. Upravlinnia personalom / O.V. Krushelnytska, D.P. Melnychuk. – K. : Kondor. — 2007. — 428 s.
9. Maister L.A. Ekonomichna sutnist personalu ta yoho suchasne znachennia v systemi upravlinnia pidpriemstvom / L. A. Maister // Formuvannia rynkovykh vidnosyn v Ukraini. – 2012. – № 3(130). – S. 212–218.
10. Pashchenko O. I. Shliakhy pidvyshchennia efektyvnosti upravlinnia kerivnykiv ta spetsialistiv na pidpriemstvi / O. I. Pashchenko // Upravlinnia rozvytkom. – 2012. – № 11. – S. 67–68.
11. Postanova Kabinetu Ministriv Ukrainy vid 2 liutoho 1993 r. № 74 [Elektronnyi resurs] // Zakonodavstvo Ukrainy. – Rezhym dostupu : <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/74-93-%D0%BF>
12. Cherep A. V. Metodychni pidkhody do vykorystannia trudovykh resursiv u vidpovidnosti z potentsiinymy mozhlyvostiamy pidpriemstva / A.V. Cherep, L.V. Shytikova // Biznes-Inform. – 2013. – № 10. – S. 253–257.
13. Shakhno A. Iu. Osnovni napriamky pidvyshchennia efektyvnosti pratsi trudovykh resursiv pidpriemstva / A.Iu. Shakhno, H.A. Lashkun, B.Iu. Holoborodko // Ekonomichnyi analiz : zb. nauk. Prats. – 2014. – Tom 15. – № 3. – S. 237–245.
14. Yakubiv R.D. Klasyfikatsiia personalu pidpriemstva: upravlinskyi pidkhid / R.D. Yakubiv // Innovatsiina ekonomika: naukovovyrobnychi zhurnal. – 2014. – № 3(52). – S. 131–136.

Рецензія/Peer review : 14.05.2018

Надрукована/Printed : 04.06.2018

Рецензент: д. е. н., проф. Ковальчук С. В.

УПРАВЛІННЯ РОЗВИТКОМ ПІДПРИЄМСТВА

УДК 332.33

АРТАМОНОВ В. В.,
ВАСИЛЕНКО М. Г.,
МІХНО П. Б.

Кременчуцький національний університет імені Михайла Остроградського

ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ЗАСТОСУВАННЯ ПРОСТОРОВО-ФУНКЦІОНАЛЬНОГО
МЕТОДУ ФОРМУВАННЯ СТАЛИХ АГРОЛАНДШАФТІВ

Розглянуто економічні засади практичного застосування просторово-функціонального методу формування сталих агроландшафтів на базі системного, екологічного, економічного і адаптивно-ландшафтного підходів. Отримали подальший розвиток рекомендації щодо формування оптимальної структури агроландшафтів.

Ключові слова: агроландшафт, просторово-функціональний метод, сталий розвиток.

ARTAMONOV V.,
VASYLENKO M.,
MIKHNO P.

Kremenchuk Mykhailo Ostrohradskiy National University

THEORETICAL GROUNDS OF APPLICATION OF SPATIAL-FUNCTIONAL
METHOD FOR FORMATION OF SUSTAINABLE AGRICULTURAL LANDSCAPES

The analysis of economic bases of application of spatial-functional method for formation of sustainable agricultural landscapes is carried out. Rational land use is based on the optimal distribution of land by type of use, which is achieved by the transformation of land. It is fundamentally important in the implementation of the transformation is to determine not only the optimal ratio of lands, but also optimal placement of lands in the territory of agricultural landscape. Zoning by means of application of the spatial-functional method of formation of sustainable agricultural landscapes allows to determine the territory of arable land, which does not experience positive influence from forests and water objects located outside the reach. On the basis of such zoning, proposals for the transformation of land into forests or reservoirs can be developed to ensure availability of arable land for the necessary climatic-regulating influence as a result of the formation of additional areas of forests and reservoirs. Considered the transformations that can be expected in the process of long-term formation and functioning of the agricultural landscape and which in some way determine the state and ecological stability of the agricultural landscape. An analysis of the life cycle of the agricultural landscape has been carried out, which, due to natural and economic transformations, takes place in the stage of development of a natural, anthropogenic and natural-man-made landscape. For example agricultural landscapes, formed as a result of agricultural development of natural forage lands (hay mowers), were selected. In the process of organizing the territory of an agricultural enterprise, these hayfields are transferred to arable land, which is subsequently diverted to non-agricultural activities for the extraction of minerals. After working out the disturbed by such activity of land and reclamation, a reclaimed landscape formed by a forestation. The changes of economic and ecological indicators that accompany the transformation of agricultural landscapes are shown. Direct dependence between levels of anthropogenic loading on land in agricultural landscapes and norms of capitalized rent income from the use of different categories of land by purpose was established.

Keywords: agricultural landscape, spatial-functional method, sustainable development.

Постановка проблеми. Характер використання земельних ресурсів світу залежить від кліматичних умов, ґрунтового покриву і впливу людини. Наразі більша частина доступних світових ресурсів відведена під посіви або використовуються з іншими цілями, що приносять екологічний і економічний ефект. Подальше розширення територій оброблюваних земель обмежене. У зв'язку із цим використання земель сільськогосподарського і лісогосподарського призначення має бути екологічно обґрунтованим і економічно вигідним у контексті сталого розвитку. На підставі принципів, задекларованих Конференцією ООН з навколишнього середовища і розвитку 1992 р., сталим розвитком можна вважати збалансоване розв'язання соціально-економічних завдань збереження довкілля та природно-ресурсного потенціалу з метою задоволення потреб життєдіяльності нинішнього суспільства та майбутніх поколінь [1]. Ефективність використання земель сільськогосподарського призначення в Україні в сучасних реаліях залежить від багатьох факторів, зокрема, від стану і земельно-ресурсного потенціалу агроландшафтів.

Територія України (за даними Національної доповіді про стан навколишнього природного середовища в Україні у 2014 році) відзначається надзвичайно високим рівнем освоєння життєвого простору, зокрема високими показниками сільськогосподарської освоєності (70,6 %) та розораності (53,9 %). Сучасний стан використання та охорони земельних ресурсів характеризується [2] як незадовільний, що має тенденцію до погіршення зі значними диспропорціями, зокрема: надзвичайно високим, економічно та екологічно необґрунтованим рівнем господарського освоєння території; інтенсивним розвитком деградаційних процесів на малопродуктивних угіддях, залучених до інтенсивного сільськогосподарського освоєння; наявністю

територій, що зазнають постійного впливу від дії стихійних явищ; недостатністю земель природно-заповідного, природоохоронного, рекреаційного, оздоровчого та історико-культурного призначення; наявністю значних площ земель, використання яких законодавчо обмежується; високим рівнем техногенного забруднення навколишнього середовища в багатьох регіонах; недостатнім нормативно-правовим та нормативно-технічним забезпеченням охорони земель.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Теоретичні та методичні аспекти раціонального використання й охорони земель, збереження, поліпшення та забезпечення сталого розвитку агроландшафтів досліджувалися багатьма вітчизняними та закордонними дослідниками, серед яких Д. І. Бабміндра, С. Ю. Булигін, М. А. Гендельман, Г. І. Горохов, Д. С. Добряк, П. Г. Казьмір, О.П. Канаш, В. М. Кривов, В. О. Леонєць, Л. Я. Новаковський, С. О. Осипчук, М. Г. Ступень, А. Я. Сохнич, А. Я. Третяк, В. І. Турусов, В. Й. Шиян, D.J. Abson, T. G. Benton, N. D. Crossman, M. Memmah, M. Porto, A. G. Power.

Зарубіжні вчені займаються питаннями забезпечення економічної ефективності функціонування агроландшафтів із урахуванням площі землекористування, видів угідь, відносин права власності, необхідності дотримання вимог збереження біорізноманіття та забезпечення якості надання агроландшафтами екосистемних послуг [3, 4]. Водночас, потребують подальшої розробки економічні засади формування сталих агроландшафтів, які характеризують раціональність використання агроландшафтів і визначають ефективність функціонування агроекосистем.

Перспективним засобом усунення наведених вище проблем дослідники [5, 6] вважають агроландшафтний підхід адаптивно-ландшафтного землеустрою, який передбачає трансформацію угідь із урахуванням агроландшафтних особливостей території сільськогосподарського підприємства, природно-ресурсного потенціалу та необхідності нормування антропогенного навантаження.

Формулювання цілі статті. Метою статті є аналіз економічних засад застосування просторово-функціонального методу формування сталих агроландшафтів.

Виклад основного матеріалу дослідження. Формування сталих агроландшафтів є одним з головних умов забезпечення сталого розвитку аграрної сфери економіки України.

Агроландшафт формується в результаті постійної взаємодії сільського господарства і природного середовища і являє собою складну природно-антропогенну систему забезпечення життєдіяльності суспільства, для сталого розвитку якої необхідно мати обґрунтовані теоретичні методологічні підходи та методичні засади.

Раціональне землекористування базується на оптимальному розподілі земель за видами використання (угіддями). Трансформація угідь (переведення із одних в інші) має бути спрямована на забезпечення оптимального складу угідь і підвищення ефективності їх використання, що відповідає цілям не лише конкретного суб'єкта господарювання, а й стратегічним цілям держави в контексті сталого розвитку агроекосистем, зокрема, агроландшафтів. Природна трансформація внаслідок кліматичних, біологічних, геологічних ґрунтоутворювальних процесів визначає якісний склад ґрунтів. Господарська трансформація, яка може прискорити, сповільнити або змінити природну, передбачає зміну цільового використання земель.

Рівень трансформації агроландшафтів є [5] функцією їх властивостей (місця розташування, складу та властивостей ґрунтів, морфологічних особливостей тощо), характеру (системи сівозмін, заходи агротехніки тощо) та ступеню антропогенного впливу. Трансформація угідь як захід землеустрою має на меті не тільки підвищення ефективності використання земель та забезпечення оптимального складу угідь. Принципово важливим при цьому є визначення не тільки оптимального співвідношення угідь, а також і організація оптимального розміщення угідь на території агроландшафту.

Системний аналіз взаємозв'язків компонентів агроландшафту [7] дозволяє зробити такі основні висновки: системоутворюючим компонентом агроландшафту є рілля, відсутність деградації якої та отримання стабільного врожаю сільськогосподарських культур визначають сталість агроландшафту; урожай формується в результаті системної і тривалої взаємодії рослин, рельєфу, ґрунтів, агротехнології та клімату, вплив якого (температура і вологість повітря, кількість опадів, швидкість вітру) є вирішальним; пом'якшенню погодних умов сприяє організація такого агроландшафту, компонентами якого, крім орних земель, будуть насамперед заліснені (ліси, лісосмуги тощо) і обводнені (водотоки, водосховища, озера, ставки, болота) території, що обумовлюється властивостями відповідних угідь.

Лісомеліоративні насадження покращують мікрокліматичні умови ландшафтів і сприяють підвищенню продуктивності сільськогосподарських культур, запобігають розвитку ерозії ґрунтів і деградації ґрунтового покриву [8]. Внаслідок меліоративного впливу лісів (за даними Національної доповіді про стан навколишнього природного середовища в Україні у 2014 році) на 25-32 % випадає більше опадів (порівняно із відсутністю відповідного впливу), до 15-20 % збільшується сумарний річковий стік, на 14-25 % зростає урожайність сільськогосподарських культур. Основні захисні властивості лісосмуг полягають у зменшенні швидкості вітру на прилеглих полях, протидії поверхневому стоку води, пиловим бурям, суховіям. Величина позитивних кліматорегулюючих впливів лісу, зокрема, на вирощування сільськогосподарської продукції, визначається [9] відстанню його узлісся до прилеглих орних земель, видом впливу, рельєфом, гідрологічними, кліматичними та екологічними характеристиками агроландшафту.

Створення водосховищ підвищує рекреаційний потенціал завдяки новій значній водній поверхні, використанню створеної інфраструктури, виконання природоохоронних та інженерних заходів (таких як:

озеленення прибережної зони, закріплення берегів, будівництво очисних споруд), облаштуванню берегової зони в межах населених пунктів [10]. Вплив водосховищ залежить від відстані та інших факторів, характерних для впливу лісів, а також від протяжності водойми в напрямку дії вітрів і їх швидкості, тривалості насичення повітря вологою з водойми.

Зонування із застосуванням просторово-функціонального методу дозволить визначити території ріллі, які не відчувають позитивного впливу від лісів і водних об'єктів, розташованих за межами досяжності. На основі такого зонування можуть бути розроблені пропозиції щодо трансформації земель в лісі або водойми для забезпечення доступності для ріллі необхідного кліматорегулюючого впливу відповідних об'єктів. Для якісного застосування просторово-функціонального методу формування сталих агроландшафтів необхідно розглянути зміни, які можна очікувати в процесі довготривалого утворення і функціонування агроландшафтів.

Для ілюстрації можливих змін у ландшафтах нами досліджено послідовні перетворення природних ландшафтів (для прикладу – природних кормових угідь) внаслідок довготривалої господарської діяльності. Спочатку формується природно-антропогенна система агроландшафту: сіножаті, які з часом в процесі внутрішньогосподарського землеустрою сільськогосподарського підприємства переводять у ріллі для організації запроєктованої системи сівозмін. Після відведення цієї ріллі для несільськогосподарських потреб (наприклад, пов'язаних із добуванням корисних копалин гірничодобувним підприємством) формується антропогенна система земель промисловості (кар'єри та відвали, що розробляються). Після рекультивациі ці землі промисловості трансформуються у природно-антропогенні рекультивовані ландшафти земель лісгосподарського призначення (наприклад, ліси).

Показниками для характеристики життєвого циклу застосовано відносний показник ступенів антропогенного навантаження (за даними Методики з оцінки екологічної стабільності агроландшафтів та сільськогосподарського землекористування, розробленої Інститутом НААН України у 2001 році), приведених до найбільшого можливого значення (балу земель промисловості) та відносний показник нормативного капіталізованого рентного доходу з земель відповідної категорії земель за цільовим призначенням (за даними Порядку нормативної грошової оцінки земель несільськогосподарського призначення (крім земель населених пунктів), затвердженого Наказом Мінагрополітики України від 22.08.2013 №508, та Методики нормативної грошової оцінки земель сільськогосподарського призначення, затвердженої Постановою Кабміну України від 16.11.2016 № 831), приведеного до найбільшого можливого значення рентного доходу (із земель промисловості).

Для розрахунку відносного показника капіталізованого рентного доходу застосовано дані нормативу капіталізованого рентного доходу із земель сільськогосподарського призначення (сіножатей та ріллі) по Новгородківському природно-сільськогосподарському району, земель промисловості, транспорту, зв'язку, енергетики, оборони та іншого призначення (кар'єрів та відвалів Центрального гірничозбагачувального комбінату, що після відпрацювання підлягають рекультивациі), а також земель лісгосподарського призначення.

На гістограмі рис. 1 наведено життєвий цикл агроландшафту, який шляхом природних та господарських трансформацій у своєму розвитку проходить зазначені вище стадії.

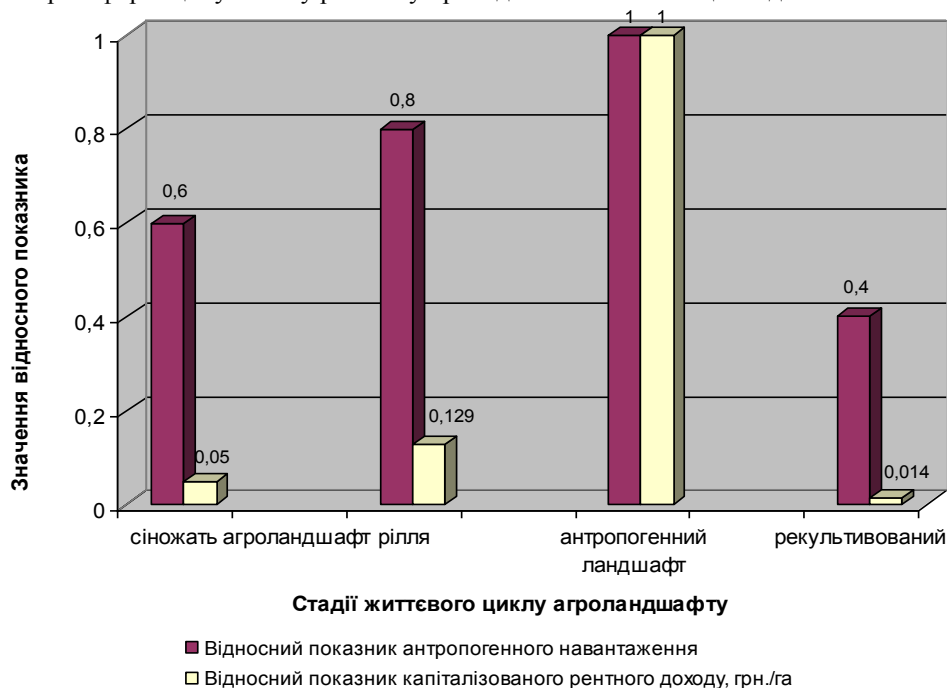


Рис. 1. Стадії життєвого циклу ландшафту

Як можна побачити на рис. 1, існує залежність між рівнем антропогенного навантаження на ландшафти та очікуваним рентним доходом від їх господарського використання. Підвищення антропогенного навантаження та інтенсивності використання земель супроводжується збільшенням рентного доходу.

Висновки. На підставі викладеного можна стверджувати, що застосування просторово-функціонального методу дозволить визначати додаткові площі еколого стабілізуючих земельних угідь, які необхідні для забезпечення просторової досяжності позитивного впливу від заліснених територій і водних об'єктів, і які можна отримати шляхом землевпорядної трансформації.

Література

1. Гуцуляк Г. Д. Методологічні і теоретичні засади оптимізації природних ландшафтів / Г. Д. Гуцуляк, Ю. Г. Гуцуляк // Збалансоване природокористування. – 2017. – № 1. – С. 14–24.
2. Барвінський А. В. Забезпечення екологічної стабільності агроландшафтів як основна передумова сталого розвитку аграрного сектора економіки / А. В. Барвінський // Сталій розвиток економіки. – 2013. – №2 (19). – С. 199–202.
3. D. J. Abson, E. DG. Fraser, T. G. Benton. Landscape diversity and the resilience of agricultural returns: a portfolio analysis of land-use patterns and economic returns from lowland agriculture. *Agriculture & Food Security*. 2013. Volume 2. pp. 1–15.
4. M. Forouzangohar, R. J. MacEwan, D. D. Wallace, L. T. Bennett. Ecosystem Services in Agricultural Landscapes: A Spatially Explicit Approach to Support Sustainable Soil Management. *The Scientific World Journal*. 2014. Volume 2014. pp. 1–13.
5. Пшоняк Д. І. передумови, сутність та економічне значення трансформації земельних угідь у сучасних умовах / Д. І. Пшоняк // Економічний часопис-XXI. – 2012. – № 1-2. – С. 28–31.
6. Шевченко І. П. Оптимізація агроландшафтних систем як основа збалансованого розвитку аграрного виробництва / І. П. Шевченко, Л. П. Коломієць, С. В. Кравець, І. М. Шквир // Землеробство. – 2015. – Вип. 2. – С. 31–37.
7. Артамонов В. В. Системний аналіз просторового формування агроландшафтів / В. В. Артамонов, М. Г. Василенко, П. Б. Міхно // Вісник КрНУ імені Михайла Остроградського. – Кременчук, 2016. – Випуск 5/2016 (100), ч. 2. – С. 106–112.
8. Гладун Г. Б. Оптимізація насаджень лісомеліоративного комплексу на адаптивно-ландшафтній основі / Г. Б. Гладун, Ю. Г. Гладун, В. Ю. Юхновський // Науковий вісник Національного університету біоресурсів і природокористування України. Сер. : Лісництво та декоративне садівництво. – 2013. – Вип. 187 (2). – С. 104–113.
9. Рахманов В. В. Гидроклиматическая роль лесов / В. В. Рахманов. – М. : Лесная промышленность, 1984. – 240 с.
10. Боднарчук Т. В. Вплив Дністровського гідровузла на навколишнє середовище і формування антропогенних ландшафтів у зоні його впливу / Т. В. Боднарчук // Молодий вчений. – 2016. – № 5 (32). – С.309–314.

References

1. G. D. Guczulyak, Yu. G. Guczulyak. Metodologichni i teorety'chni zasady' opty'mizaciyi pry'rodny'x landshaftiv. Zbalansovane pry'rodokory'stuvannya. 2017. Issue 1. pp. 14–24.
2. A. V. Barvyns'kyj. Zabezpechennya ekologichnoyi stabil'nosti agrolandshaftiv yak osnovna peredumova stalogo rozvy'tku agrarnogo sektora ekonomiky'. Staly'j rozvy'tok ekonomiky'. 2013. Volume 19. Issue 2. pp. 199–202.
3. D. J. Abson, E. DG. Fraser, T. G. Benton. Landscape diversity and the resilience of agricultural returns: a portfolio analysis of land-use patterns and economic returns from lowland agriculture. *Agriculture & Food Security*. 2013. Volume 2. pp. 1–15.
4. M. Forouzangohar, R. J. MacEwan, D. D. Wallace, L. T. Bennett. Ecosystem Services in Agricultural Landscapes: A Spatially Explicit Approach to Support Sustainable Soil Management. *The Scientific World Journal*. 2014. Volume 2014. pp. 1–13.
5. D. I. Pshonyak. Peredumovy', sutnist' ta ekonomichne znachennya transformaciyi zemel'ny'x ugid' u suchasny'x umovax. *Ekonomichny'j chasopy's-XXI*. 2012. Issue 1-2. pp. 28–31.
6. I. P. Shevchenko, L. P. Kolomyiecz', S. V. Kravecz', I. M. Shkvy'r. Opty'mizaciya agrolandshaftny'x sy'stem yak osnova zbalansovanogo rozvy'tku agrarnogo vy'robny'cztva. *Zemlerobstvo*. 2015. Issue 2. pp. 31–37.
7. V. V. Artamonov, M. G. Vasy'lenko, P. B. Mixno. Sy'stemny'j analiz prostorovogo formuvannya agrolandshaftiv. *Visnyk KrNU imeni My'xajla Ostrograds'kogo*. 2016. Volume 100. Issue 5. pp. 106–112.
8. G. B. Gladun, Yu. G. Gladun, V. Yu. Yuxnovs'kyj. Opty'mizaciya nasadzen' lisomelioraty'vnogo kompleksu na adapty'vno-landshaftnij osnovi. *Naukovy'j visnyk Nacional'nogo univ'rsytetu bioresursiv i pry'rodokory'stuvannya Ukrainy'*. Ser. : Lisny'cztvo ta dekoraty'vne sadivny'cztvo. 2013. Volume 187. Issue 2. pp. 104–113.
9. V. V. Raxmanov. *Gidroklimaticheskaja rol' lesov*. Moscow. Lesnaja promyshlennost'. 1984. 240 p.
10. T. V. Bodnarчук. Vplyv Dnistrovs'kogo gidrovuzla na navkoly'shnye seredovy'shhe i formuvannya antropogenny'x landshaftiv u zoni jogo vply'vu. *Molody'j vcheny'j*. 2016. Volume 5. Issue 32. pp. 309–314.

Рецензія/Peer review : 12.05.2018

Надрукована/Printed : 05.06.2018

Рецензент: д. е. н., проф. Орлов О.О.

УДК 330.14

ГОНТАРЕВА І. В.,
ШЕЯНОВА Ю. Д.
ХНЕУ ім. С. Кузнеця, м. Харків

ЗАСТОСУВАННЯ ОРГАНІЗАЦІЙНИХ ІННОВАЦІЙ ЯК ОСНОВИ ПОБУДОВИ МЕХАНІЗМУ ФОРМУВАННЯ ОРГАНІЗАЦІЙНОГО КАПІТАЛУ СУБ'ЄКТІВ ПІДПРИЄМНИЦТВА

В статті розглянуто можливість і доцільність застосування для розробки механізму формування організаційного капіталу методів та інструментів управління організаційними змінами та інноваціями. Виконано аналіз можливостей і доцільностей застосування організаційних інновацій як основи побудови механізму формування однієї з складових інтелектуального капіталу – організаційного капіталу.

Ключові слова: організаційний капітал, підприємництво, інтелектуальний капітал, механізми, інновації.

GONTAREVA I.,
SHEIANOVA Y.

Simon Kuznets Kharkiv National University of Economics

APPLICATION OF ORGANIZATIONAL INNOVATIONS AS BASIS OF FORMATION MECHANISM OF ORGANIZATIONAL CAPITAL FOR ENTERPRISE SUBJECTS

The purpose of the article is to analyze the possibilities and feasibilities of using organizational innovations as a basis for constructing a mechanism for formation of one of the components of intellectual capital - organizational capital. The analysis of tasks and approaches to management of organizational capital as one of the components of intellectual capital allowed to substantiate expediency of application for the decision of tasks of organizational capital of principles and methods of management of organizational changes and innovations. As a prerequisite for the provision of continuous development in the organizational capital structure, a dynamic component (capital of processes) is united, which integrates business processes that ensure the operation and are in the process of continuous improvement, and organizational competences that provide additional value to consumers and create barriers for copying competitive advantages. On the basis of the comparative analysis, organizational changes were identified and proposed only to those changes for which the project was initiated. On the basis of systematization of the studied material, a problematic field in the field of organizational capital management was formed and number of tasks aimed at solving the identified problems were identified, among which the clarification of the structure and the development of the mechanism for the formation of organizational capital.

Keywords: organizational capital, entrepreneurship, intellectual capital, mechanisms, innovations.

Постановка проблеми. На сучасних українських суб'єктах підприємництва постійно змінюються умови функціонування у зовнішньому середовищі: по-перше, постійно зростає роль нематеріальних ресурсів (інтелектуального та організаційного капіталів) у формуванні стійких конкурентних переваг, по-друге, посилення нестабільності середовища, яке характеризується безперервними та непередбачуваними змінами. Аналіз робіт, що розглядають організаційний капітал як самосамостійний об'єкт управління [4, 5, 7, 11, 15, 16], показав, що до теперішнього часу не сформований єдиний підхід до сутності і структури організаційного капіталу, а процес його формування розглядається, насамперед, з позиції управління потоками знань [10], що не враховує реальні механізми перетворення таких ключових структурних складових організаційного капіталу, як корпоративна культура, організаційна структура та системи управління.

Якщо розглядати інтелектуальний капітал як важливе джерело розвитку з тимчасових компаній, а розвиток розкривати з позиції реалізації змін, то стає очевидною наявність взаємозв'язку між виділеними областями дослідження. Оскільки в області управління організаційними змінами накопичено чималий досвід в розробці програм реалізації змін, включаючи інші заходи подолання опору змінам, є доцільним будувати управління організаційним капіталом на теоретико-методичній базі, що інтегрує принципи і підходи управління інтелектуальним капіталом, управління знаннями, управління організаційними змінами та управління інноваціями.

Таким чином, можливість і доцільність застосування для розробки механізму формування організаційного капіталу методів та інструментів управління організаційними змінами та інноваціями зумовили актуальність даної теми.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. На початку 1990-х років розвиток теорій інтелектуального капіталу пришвидшився. У роботах Е. Брукінга [1], Ю. Х. Даума [2], Л. Едвінсона [3], М. Мелуона [3], К. Е. Свейбі [4], Т. Стюарта [5] розглянуті практичні і теоретичні особливості формування організаційного капіталу, його оцінка та особливості управління. Вітчизняні та зарубіжні науковці запровадили окремий напрям менеджменту, який пов'язаний з управлінням організаційним капіталом, зробили значний внесок у розвиток його структури, однак кожен з них мав свій індивідуальний підхід до визначення організаційного капіталу. У пізніших

працях В. П. Баранчєсєва [6], О. Б. Бутнік-Сівєрського [7], С. М. Ілляшенка [8], О. В. Кєндєхова [9; 10], А. М. Колєта [11], О. Б. Мних [12], Й. С. Ситника [13], В. Ю. Школи [14], В. О. Щєрбачєнко [14] відєбєраєні рїзнї пїдходи до визначєння органїзаційного капїталу, якї баєато в чєму суперечать єдин єдному і не відєбєраєють галузєвої специфіки вїтчизняних українських пїдприємств.

Формулювання цїлі статті. Мєтоєу статті є аналіз можливєстей і доцїльностей застєсування органїзаційних інновацій як основи побудєви механїзму формування єднїєї з складєвих інтелектуального капїталу – органїзаційного капїталу.

Виклад основного матерїалу дослідження. Все частїше органїзаційний капїтал пов'язують з процесєм управлїння знаннями на суб'єктах пїдприємництва, розєглядаєючи його як центральну складєву механїзму перетворєння формалїзацій знань [4, 7, 16]. Самє такий пїдхїд в значнїї мїрї узгоджуєтьєся з можливїстю вирїшення завдання формування органїзаційного капїталу з позицій реалїзацій змін. У табл. 1 наведєно порівняльну характеристику визначєння поняття органїзаційного капїталу.

Таблиця 1

Пїдходи до визначєння структури органїзаційного капїталу

Автор	Структурні елементи				
Едвінсон Л. [13]	Інноваційний капїтал (Інтелектуальна власність компанїї: патенти, торговї марки, лїцензїї і т. д.)		Процєсний капїтал (інфраструктурні активи компанїї: органїзаційна культура, органїзація бїзнес-процєсів, прийнятї практики управлїння бїзнесєм і т. д.)		
Каплан Р., Нортон Д. [9]	Корпоративна культура (мїсїя, основнї цїнності)	Рєбота в командї (обмїн досвідєм)	Стратєгїчна вїдповїднїсть (єднїсть цїлей пїдприємства і співрєбїтників)	Лїдерство (лїдєри на всїх рївнях органїзаційної ієрархїї)	
Dzinkowski R. [14]	Інтелектуальна власність (патенти, авторськї права, право дизайну, комерційнї таємницї, торговельнї марки, оформлення товару)		Інфраструктурний капїтал (філософїя управлїння, корпоративна культура, бїзнес-процєси, інформаційнї системи, мережєві системи, фїнансовї взаємовїдносини, корпоративнї стратегїї, корпоративнї мєтоди, інструментї продажїв, бази знань, команди експертїв, корпоративнї цїнності)		
Гапонєнко Т. [7]	Елементї, що забезпечують накопичєння і зберїгання знань (об'єкти інтелектуальної власностї, ноу-хау, технїчне і програмне забезпечєння, бази даних про клїєнтїв і постачальникїв)		Елементї, що забезпечують передачу знань з інформаційних каналєх (систєми мережєвої взаємєдїї, органїзаційна структура, адмїнїстративнї системи, органїзаційна культура)		
Башкїрова О.В. [4]	Елементї, що формують середєвище для створєння, поширєння і використання знань (елементї структури, корпоративної культури, системи управлїння, мережєвої взаємєдїї)		Елементї, вїдповїдальнї за формалїзацію і капїталїзацію знання (елементї програмного забезпечєння, технологїй, процесїв)	Елементї, вїдповїдальнї за формалїзацію і капїталїзацію знання (елементї програмного забезпечєння, технологїй, процесїв)	
Бєлкїн В. и др. [5]	Вїдносини в областї виробництва		Вїдносини в областї органїзацій праці		Вїдносини в областї управлїння
Jurczak J. [15]	Інтелектуальна власність (авторськї права, патенти, лїцензїї, товарнї знаки)	Структурний капїтал (органїзаційна структура, проектнї групи, системи, процєси, бази даних, мережї, комп'ютерне обладнання)	Капїтал бїзнес-процєсів (органїзаційна культура, стиль управлїння, комп'ютерне забезпечєння)	Маркетинговий капїтал (бренд, імїдж, репутация, стратегїя)	Капїтал розвитку (ключєві компетенцїї, інновацїї)

Порівняльний аналіз пїдходїв до визначєння структури органїзаційного капїталу наведєно в табл. 1. Можна видїлити двї групи вїдмїнностей у пїдходах до визначєння структури органїзаційного капїталу. По-перше, це характер угрупєвання елементїв: у виглядї простєго перелїку [9] або з встановлєнням певної ієрархїї і видїлєнням деяких укрупнєних груп елементїв, склад яких далї конкретизуєтьєся [2, 3, 5, 13–15]. При цьєму кїлькїсть груп також може вїдрїзнятися. Другий пїдхїд є бїльш поширєним, так як має очевиднї переваги: гнучкїсть і можливїсть розвитку.

По-другє, це видїлєння елементїв з позицій їх конкретного втїлєння (корпоративної культури, органїзаційної структури, бїзнес-процєсів, інтелектуальної власностї та ін.) або з позицій процесу накопичєння, зберїгання, передачі нових знань. Варто зазначити, що це стєосуєтьєся не тїльки органїзаційного, але й інтелектуального капїталу в цїлому: аналізуючи сформєванї пїдходи до управлїння, можна видїлити двє найбільш узагальнєних – «структурний», що спїраєтьєся на видїлєння структурних елементїв, і «процєсний», в оснєві якого лежить процес формування і використання знань.

На наш погляд, кажучи про структуру організаційного капіталу, кращим є структурний підхід, тоді як процес накопичення і використання знань доцільно розглядати при вирішенні завдання розробки механізму формування організаційного капіталу. В рамках даної статті будемо відокремлювати дві складові організаційного капіталу:

- інфраструктурний капітал (статична складова), що включає організаційну структуру управління, корпоративну культуру, системи управління, що застосовують інформаційні технології і бази знань, а також інтелектуальну власність;

- капітал процесів (динамічна складова), який об'єднує бізнес-процеси, що забезпечують функціонування суб'єкта підприємництва і знаходиться в процесі безперервного вдосконалення, і організаційні компетенції (комбінація нематеріальних ресурсів, що забезпечує надання додаткової цінності споживачам і створює бар'єри для копіювання конкурентних переваг [8]), також відповідають як за функціонування, так і за розвиток суб'єкта підприємництва.

Організаційні зміни, організаційні інновації та їх роль у формуванні організаційного капіталу підприємства. Укрупнена схема формування організаційного капіталу представлена на рис. 1.

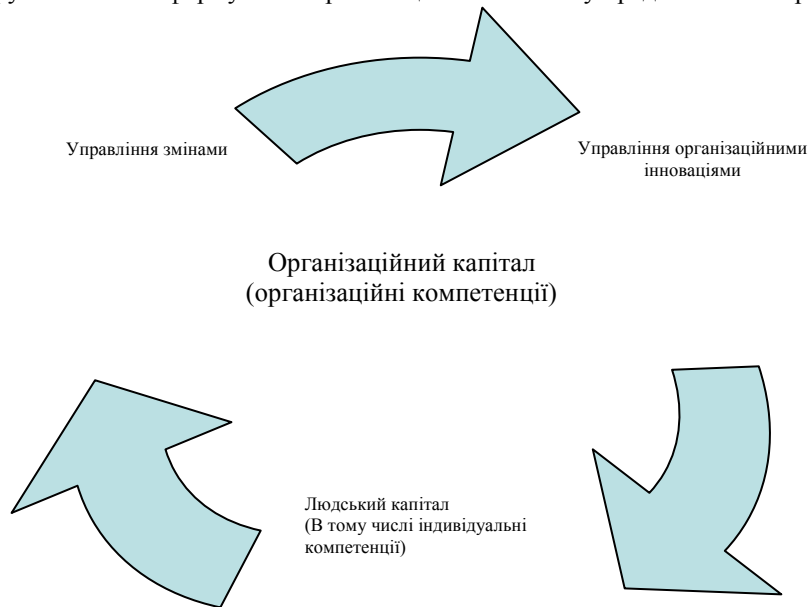


Рис. 1. Схема формування організаційного капіталу

В основі її побудови лежить взаємодія людського капіталу та організаційного капіталу в процесі створення нових знань, орієнтованих на задоволення потреб клієнтів і їх формалізації.

На наш погляд, найбільш поширеним механізмом формалізації знань є організаційні зміни, або організаційні інновації.

Організаційні інновації розглядаються як реалізація нового методу у веденні бізнесу, організації робочих місць або організації зовнішніх зв'язків. Дані інновації спрямовані на підвищення ефективності діяльності суб'єкта підприємництва шляхом зниження адміністративних і трансакційних витрат, шляхом підвищення задоволеності працівників організацією робочих місць (робочого часу) і тим самим підвищення продуктивності праці, шляхом отримання доступу до відсутніх на ринку активів або зниження вартості поставок.

Висновки. На основі систематизації вивченого матеріалу сформовано проблемне поле в галузі управління організаційним капіталом і визначено завдання, що спрямовані на вирішення виявлених проблем, в числі яких уточнення структури та розробка механізму формування організаційного капіталу. Проведений аналіз завдань і підходів до управління організаційним капіталом як однієї з складових інтелектуального капіталу дозволив обґрунтувати доцільність застосування для вирішення завдань організаційного капіталу принципів і методів управління організаційними змінами та інноваціями. В якості передумови забезпечення безперервного розвитку в структурі організаційного капіталу відокремлена динамічна складова, яка об'єднує бізнес-процеси, що забезпечують функціонування і знаходяться в процесі безперервного вдосконалення, і організаційні компетенції, що забезпечують додаткові цінності споживачам і створюють бар'єри для копіювання конкурентних переваг.

Напрямом подальших досліджень. Авторами планується розглядання організаційного капіталу на сільськогосподарських підприємствах, його розвиток та шляхи підвищення ефективності.

Література

1. Андреева Т.Е. Организационные изменения: сравнительный анализ основных концепций / Т.Е. Андреева // Вестник Санкт-Петербургского университета. – 2004. – Сер. 8. Вып. 2. – С. 33–50.

2. Бабкин А.В. Методы оценки экономически-го потенциала промышленного предприятия / А.В. Бабкин // Научно-технические ведомости Санкт-Петербургского государственного политехнического университета. Экономические науки. – 2013. – № 1-2 (163). – С. 138–148.
3. Бабкин А.В. Влияние институциональной среды на развитие национальной инновационной системы / А.В. Бабкин, Т.Ю. Хვაцова // Российский научный журнал Экономика и управление. – 2011. – № 6. – С. 64–73.
4. Башкирова А.В. Управление организационным капиталом инновационно активного предприятия : фвтореф дис. ... канд. экон. наук / Башкирова А.В. – М., 2014. – 24 с.
5. Белкин В. Н. Организационный капитал предприятия / Белкин В. Н., Антонова А.А., Горбунов В.Д. – Екатеринбург : Институт экономики УрО РАН, 2011. – 164 с.
6. Гапоненко А.Л. Управление знаниями. Как превратить знания в капитал / Гапоненко А.Л., Орлова Т.М. – М. : Эксмо, 2008. – 293 с.
7. Гапоненко Т.В. Ціннісно-орієнтована ідентифікація і структуризація інтелектуального капіталу організації / Т.В. Гапоненко // Економіка та держава. – 2014. – № 3. – С. 63–70.
8. Гилева Т.А. Технология идентификации и оценки компетенций как инструмент управления нематериальными ресурсами предприятия / Т.А. Гилева // Научно-технические ведомости Санкт-Петербургского государственного политехнического университета. Экономические науки. – 2008. – № 2. – С. 166–171.
9. Каплан Р., Нортон Д. Организация, ориентированная на стратегию: как в новой бизнес-среде преуспевают организации, применяющие сбалансированную систему показателей / Каплан Р., Нортон Д. – М. : Олимп Бизнес, 2008. – 416 с.
10. Национальный доклад «Организационно-управленческие инновации: развитие экономики, основанной на знаниях» / под ред. С.Е. Литовченко. – М. : Асоц. менедж., 2008.
11. Третьякова Е.П. Организационный потенциал, организационный капитал, ресурсы компании: сущность и соотношение понятий в управленческой науке / Е.П. Третьякова // Вестник ЮУрГУ. Серия «Эко и менеджмент». – 2013. – № 1. – С. 97–102.
12. Чечурина М.Н. Управление инновационным процессом в многоуровневой экономической системе / Чечурина М.Н. – СПб : Изд-во Санкт-Петербургской академии управления и экономики, 2010. – 214 с.
13. Едвінсон Л. Корпоративна довгота. Навігація в економіці, заснованій на знаннях / Едвінсон Л. – М. : Инфра-М, 2005. – 248 с.
14. Dzikowski R. The Measurement and Management of Intellectual Capital: An Introduction // International Management Accounting Study, 2000, vol. 78, no. 2.
15. Jurczak J. Intellectual Capital Measurement Methods // Economics and organization of enterprise, 2008, vol. 1 (1), pp. 37-45.
16. Martn-de-Castro G., Navas-López J.E., López-Sáez P., Alama-Salazar E. Organizational capital as competitive advantage of the firm // Journal of Intellectual Capital, 2006, vol. 7, iss. 3, pp. 324-337.

References

1. Andreeva T.E. Organizational Changes: Comparative Analysis of Key Concepts // Bulletin of St. Petersburg University. 2004. Aug. 8. Whip 2. S. 33-50.
2. Babkin A.V. Methods of estimation of the economic potential of an industrial enterprise // Scientific and Technical Information of the Saint-Petersburg State Polytechnic University. Economic sciences. 2013, No. 1-2 (163). Pp. 138-148.
3. Babkin AV, Khvatova T.Yu. The Influence of Institutional Environment on the Development of a National Innovation System // Russian Scientific Journal of Economics and Management. 2011. No. 6. P. 64-73.
4. Bashkirova O.V. MANAGEMENT OF ORGANIZATIONAL CAPITAL OF INNOVATIVE ACTIVE ENTERPRISE: Autoregress Diss. ... Candidate econ sciences M., 2014. 24 p.
5. Belkin V.N., Antonova O.A., Gorbunov V.D. ORGANIZATIONAL CAPITAL OF THE ENTERPRISE. Ecaterinburg: Institute of Economics, Ural Branch of the Russian Academy of Sciences, 2011. 164 p.
6. Gaponenko AL, Orlova T.M. Knowledge management. How to turn knowledge into capital. M.: Eksmo, 2008. 293 p.
7. Gaponenko T.V. Valuably-oriented identification and structuring of the intellectual capital of the organization // Economy and the state. 2014. No. 3. S. 63-70.
8. Gilova T.A. The technology of identifying and assessing competencies as a tool for managing non-material resources of the enterprise // Scientific and Technical Information of the St. Petersburg State Polytechnic University. Economic sciences. 2008. No. 2. P. 166-171.
9. Kaplan R., Norton D. Strategy-oriented organization: how in a new business environment flourish organizations that apply a balanced metrics system. M.: Olympus Business, 2008. 416 p.
10. National Report "Organizational and managerial innovations: knowledge-based economy development" / ed. S.E. Lytovchenko M.: Assoc. Management, 2008.
11. Tretyakova Ye.P. ORGANIZATIONAL POTENTIAL, ORGANIZATIONAL CAPITAL, RESOURCES OF THE COMPANY: Understand the essence and correlation in managerial science // Journal of the YUUrGU. Series "Eco and Management". 2013. No. 1. P. 97-102.
12. Chechurina M.N. Management of innovation process in multilevel economic system. St. Petersburg: St. Petersburg Academy of Management and Economics, 2010. 214 p.
13. Edwinston L. Corporate Longitude. Navigation in a knowledge-based economy. M.: Infra-M, 2005. 248 p.
14. Dzikowski R. The Measurement and Management of Intellectual Capital: An Introduction // International Management Accounting Study, 2000, vol. 78, no. 2.
15. Jurczak J. Intellectual Capital Measurement Methods // Economics and organization of enterprise, 2008, vol. 1 (1), pp. 37-45.
16. Martn-de-Castro G., Navas-López J.E., López-Sáez P., Alama-Salazar E. Organizational Capitals as a Competitive Advantage of the Company // Journal of Intellectual Capital, 2006, Vol. 7, iss. 3, pp. 324-337.

Рецензія/Peer review : 04.05.2018

Надрукована/Printed : 07.06.2018

Рецензент: д. е. н., проф. Ковальчук С. В.

УДК 658.589(477)

ІЛЛЯШЕНКО С. М.,
ШИПУЛІНА Ю. С.,
ІЛЛЯШЕНКО Н. С.,
НАГОРНИЙ Є. І.
Сумський державний університет

УПРАВЛІННЯ ЗНАННЯМИ В КОНТЕКСТІ ПІДВИЩЕННЯ РІВНЯ ПОТЕНЦІАЛУ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ОРГАНІЗАЦІЇ

Окреслено роль і місце знань у системі складових підсистем та елементів потенціалу інноваційного розвитку організації-інноватора. Уточнено їх джерела і інструменти отримання, відповідальні за них підрозділи організації, напрями використання. Запропоновано схему взаємодії комплексів знань, що впливають на посилення і реалізацію потенціалу інноваційного розвитку організації, а також підхід до формалізованої оцінки знань, які визначають рівень його складових потенціалів підсистем. Розроблено алгоритм визначення доцільності отримання (продукування) додаткових знань, необхідних для приведення у відповідність потенціалу інноваційного розвитку організації умовам зовнішнього середовища. Отримані результати формують засади організаційно-економічного механізму управління знаннями організацій в контексті забезпечення умов їх інноваційного розвитку.

Ключові слова: управління знаннями організації, потенціал інноваційного розвитку, види знань організації, продукування знань, використання знань.

ILLIASHENKO S.,
SHIPULINA YU.,
ILLIASHENKO N.,
NAGORNYI IE.
Sumy State University

KNOWLEDGE MANAGEMENT IN THE CONTEXT OF INCREASING THE POTENTIAL LEVEL OF ORGANIZATION'S INNOVATIVE DEVELOPMENT

The aim of the article is the identification of types, clarification of the role and place of knowledge that affect the components of the organization's innovative development potential (IDP), and developing on this basis approaches to the formation of a mechanism for managing knowledge of the organization in the context of the growth of its IDP. The role and place of knowledge in the system of components and elements of the innovative development potential of the innovation organization is outlined. Their sources and tools are specified, the responsible departments and units of the organization responsible for knowledge-based operations are analysed, the areas of knowledge use are specified. The scheme of interaction of knowledge complexes that influence the strengthening and realization of the potential of innovative development of the organization is proposed, as well as the approach to the formalized assessment of knowledge that determines the level of its components of the subsystem potentials. An algorithm for determining the feasibility of obtaining (producing) additional knowledge needed to comply the innovation development potential of the organization to external environment conditions is developed. The obtained results develop the theory of innovative management and knowledge management in terms of establishing the nature of the impact of knowledge on the IDP of enterprises and institutions. This provides a significant contribution to the formation of the fundamentals of the organizational and economic mechanism for managing knowledge of organizations in the context of strengthening and implementing their IDPs. Their practical implementation provides an opportunity to intensify the processes of transition organizations on the path of knowledge-based innovative development. Further research should be focused on the development of methodological tools of the knowledge management mechanism.

Key words: knowledge management in organization, potential of innovative development, types of knowledge in organization, knowledge generation, use of knowledge.

Постановка проблеми. Становлення і розвиток економіки знань супроводжується зростанням їх ролі як фактору інноваційного розвитку держав у цілому, їх регіонів, галузей, окремих організацій тощо. Продукування і використання (комерціалізація) актуальних знань сприяє зростанню їх потенціалу інноваційного розвитку (ППР), що дозволяє активізувати їх інноваційну діяльність, а відтак посилити відносні конкурентні переваги, укріпити ринкові позиції, забезпечити стійке інноваційне зростання. В цих умовах актуалізується проблема управління знаннями господарюючих суб'єктів в контексті посилення їх ППР. Її розв'язання потребує дослідження впливу знань на формування, розвиток і реалізацію ППР, що надасть змогу створити систему цілеспрямованого управління знаннями господарюючих суб'єктів різних рівнів узагальнення.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Проблематика управління знаннями була досліджена у працях зарубіжних і вітчизняних науковців. Зокрема, питання управління знаннями господарюючих суб'єктів в контексті забезпечення їх інноваційного розвитку були досліджені в роботах таких зарубіжних науковців, як Blanc B.L., Bouillon J.-L. [1]; Matschke C., Moskaliuk J., Cress U. [2]; Landry R., Amara N. [3]; Peter M. [4]; Jennex M.E. [5]; Borjigen C. [6]; Khedhaouria A., Jamal A. [7]. Загальні підходи до генерування, накопичення та використання (комерціалізації) знань присвячені роботи Davenport T.H., Prusak L. [8], Sveiby K. [9], Мільнера Б. [10].

З вітчизняних науковців слід зазначити Черкасову І.В., яка досліджує роль знань у формуванні інноваційного потенціалу підприємства [11], а також Вострякова О.В. та Гребешкову О.М. [12], які відзначають провідну роль знань у стратегічному управлінні підприємством. Матвій М.Я. [13], Якшин А.С. [14] розглядають в основному проблеми застосування маркетингу знань на ринку освітніх послуг.

Виділення невіршених раніше частин загальної проблеми. Незважаючи на численні напрацювання малодослідженими залишилися питання, які стосуються визначення місця і ролі знань у системі складових ПІР організацій (підприємств та установ), який є основою їх інноваційного зростання. А це не дозволяє цілеспрямовано управляти формуванням, зростанням і реалізацією їх ПІР в контексті переходу на шлях інноваційного розвитку в умовах становлення економіки знань. Вирішення зазначених питань дозволить ефективно управляти знаннями з позицій підвищення рівня ПІР організацій, сприятиме активізації їх інноваційної діяльності і їх інноваційному зростанню.

Метою статті є ідентифікація видів та уточнення ролі і місця знань, які впливають на складові ПІР організації, розроблення на цій основі підходів до формування механізму управління знаннями організації в контексті зростання її ПІР.

Виклад основного матеріалу дослідження. Згідно з [15, с. 304–350] ПІР організації включає наступні потенціали підсистеми: ринковий, як наявність споживчого попиту (підкріпленого купівельною спроможністю споживачів) чи спроможність його сформувати (для радикальних інновацій); інноваційний, як спроможність втілення досягнень науки і техніки у інноваційні продукти, що здатні задовольнити попит споживачів; виробничо-збутовий, як технічна спроможність і економічна доцільність виготовити і просувати інноваційні продукти на ринку. ПІР організації розглядається як сукупність її взаємопов'язаних ресурсів і здатностей до їх реалізації, що визначають її спроможність (інтелектуальну, технологічну, інформаційну, науково-дослідницьку, економічну тощо) приводити у відповідність до зовнішніх внутрішні можливості розвитку на основі постійного пошуку, використання і розвитку нових сфер і способів ефективної реалізації наявних і перспективних ринкових можливостей.

Розглянемо роль знань у формуванні окремих елементів зазначених складових ПІР.

Ринкова складова. В її основу покладено знання щодо: сучасного стану і тенденцій зміни споживчого попиту на цільових ринках; основних конкурентів, рівня конкурентоспроможності основних з них, а також аналізованої організації; можливостей організації сформувати і стимулювати попит на інноваційну продукцію тощо.

Інноваційна складова. В її основу покладено знання персоналу організації щодо сучасних досягнень науки і техніки у галузі її діяльності; сучасних методів генерування і відбору інноваційних ідей, створення інноваційних продуктів на їх основі; фактичних і потенційних економічних контрагентів та контактних аудиторій, а також їх інтересів стосовно інновацій конкретної спрямованості; методології наукових досліджень; можливостей сучасної дослідницько-лабораторної бази у галузі діяльності організації (включаючи саму організацію інноватора та сторонні організації) і т.п.

Виробничо-збутова складова. В її основу покладено знання щодо джерел і умов фінансового забезпечення інноваційної діяльності; методів оцінки економічної ефективності інновацій; кадрового потенціалу організації, методів відбору, навчання, перепідготовки персоналу, його спроможності виконувати роботу певної спрямованості; техніко-технологічних можливостей організації (верстатів, технологічного та інструментального оснащення, технологій тощо); інструментів і методів сучасного маркетингу, особливостей планування, проведення і оцінки ефективності заходів комплексу маркетингу інновацій тощо [16]; знання сучасних методів і форм організації інноваційної діяльності, сучасних методів управління інноваційною діяльністю, засадничих аспектів формування та розвитку інноваційної культури організації [17] та створення на її основі середовища сприятливого для інноваційної діяльності.

У табл. 1 наведено детальні характеристики методів отримання і використання зазначених знань. Слід зазначити, що оскільки інноваційні рішення мають для організації стратегічний характер, то визначення напрямів продукування і використання актуальних знань що стосуються ПІР приймає вище керівництво.

Узагальнена схема взаємодії видів знань, що сприяють формуванню і реалізації ПІР організації, надана на рис. 1.

Запропонована схема може бути покладена в основу формування засад організаційно-економічного механізму управління знаннями в організації. Авторами, спираючись на результати попередніх досліджень [18, 19], визначено комплекс завдань, які потребують розв'язання у процесі формування зазначеного механізму. Вони пов'язані з методичним наповненням цього механізму і потребують розроблення:

- методичного підходу до визначення пріоритетних напрямів продукування актуальних знань;
- методичного підходу до вибору джерел і механізмів отримання знань відповідно до обраних напрямів;
- методичного підходу до визначення пріоритетних напрямів використання знань організації.

Таблиця 1

Характеристики знань щодо ППР організації (авторська розробка)

Характеристики	Складові потенціали ППР організації		
	Ринковий	Інноваційний	Виробничо-збутовий
Джерела і інструменти отримання релевантних знань	Стратегічний аналіз. Маркетингові ринкові дослідження, маркетинг знань [18, с. 87–95]. Купівля знань	Стратегічний аналіз. Патентний, літературний аналіз. Навчання персоналу. НДДКР. Купівля знань.	Стратегічний аналіз. Аналіз власної діяльності у т.ч. внутрішньої звітності. Аналіз ринку інвестицій. Навчання персоналу. НДДКР. Купівля знань
Відповідальні за отримання знань	Маркетингові підрозділи	Науково-дослідні підрозділи, конструкторські та технологічні підрозділи, науково-дослідні лабораторії	Фінансово-економічні підрозділи, виробничі підрозділи. Маркетингові підрозділи
Напрямки використання знань	Визначення перспективних напрямів розвитку. Оцінка ринкових перспектив інноваційних продуктів	Розроблення інноваційних продуктів (виробів та послуг)	Виготовлення і комерціалізація інноваційної продукції. Комерціалізація патентів, ліцензій тощо.

Вирішення перших двох завдань потребує ув'язування в єдиний комплекс: маркетингових прогнозів тенденцій зміни споживчого попиту на фактичних чи потенційних ринках організації; експертних оцінок тенденцій розвитку науки і техніки у галузі діяльності організації; оцінок ППР аналізованої організації і тенденцій його розвитку [18, с. 14–23]. Їх результати складуть базу знань для аналізу відповідності внутрішніх можливостей розвитку організації (її потенціалу) зовнішнім.

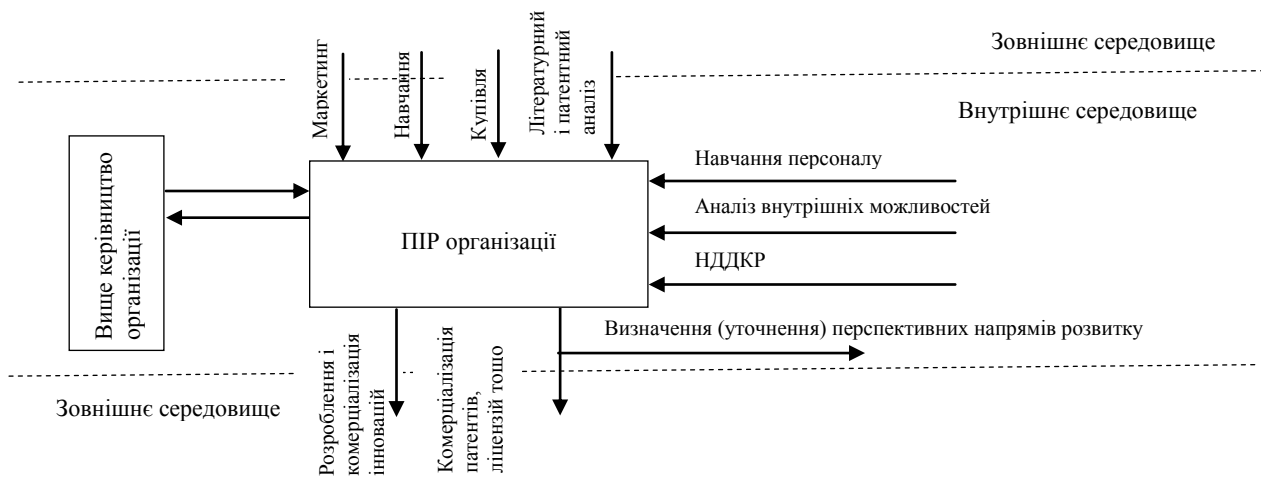


Рис. 1. Схема взаємодії потоків знань, що пов'язані з ППР організації (авторська розробка)

Необхідно кількісно оцінювати достатність (недостатність) наявних знань певного виду для забезпечення критичного (мінімально необхідного) рівня складових потенціалів ППР, який свідчить про їх відповідність зовнішнім умовам і можливість реалізації конкретних проектів інноваційного розвитку. У загальному вигляді структурні формули оцінки знань, що визначають рівень складових ППР організації, можуть мати такий вигляд:

$$\begin{aligned}
 P_P &= f_P(Z_{P1}, Z_{P2}, \dots, Z_{PK}), \\
 P_I &= f_I(Z_{I1}, Z_{I2}, \dots, Z_{IN}), \\
 P_{B,3} &= f_{B,3}(Z_{B,31}, Z_{B,32}, \dots, Z_{B,3M}),
 \end{aligned}
 \quad (1)$$

де P_P , P_I , $P_{B,3}$ – відповідно, показник рівня ринкового, інноваційного, виробничо-збутового потенціалів підсистем ППР;

$f_P, f_I, f_{B,3}$ – відповідно, функції потенціалів підсистем від знань виду Z_{P_i} , Z_{I_i} та $Z_{B,3i}$.

Величини Z_{P_i} , Z_{I_i} та $Z_{B,3i}$ можуть приймати значення 0 – знань недостатньо; 1 – знань достатньо. Відповідно, формули (1) можуть приймати значення від (0, 0, ..., 0) до (1, 1, ..., 1). Оцінки величин P_P , P_I , $P_{B,3}$ (1, 1, ..., 1) свідчать про достатній рівень відповідних потенціалів складових ППР організації. Інші варіанти потребують поглибленого аналізу і продукування (отримання) додаткових знань відповідного виду,

які необхідні для забезпечення відповідності внутрішніх можливостей інноваційного розвитку організації (її ПІР) зовнішнім. Протукування (отримання) нових знань потребує додаткових витрат, величину яких слід контролювати оскільки вона можуть перевищити величину додаткових надбань від використання знань.

Забезпечення відповідності ПІР організації зовнішнім умовам потребує генерування нових актуальних знань, які будуть покладено в основу нової продукції, технологій її виготовлення, нових методів управління виробництвом і збутом тощо. Алгоритм оцінки відповідності ПІР організації умовам зовнішнього середовища, а також визначення доцільності генерування нових знань подано на рис. 2.

Вирішення третього завдання потребує стратегічного аналізу альтернативних варіантів використання знань, який передбачає використання комплексу критеріїв: фінансова вартість; термін окупності; стратегічна вартість; задоволення інтересів економічних контрагентів та контактних аудиторій; ризик; мотивація власників, менеджерів, персоналу і т.п.



Рис. 2. Блок-схема алгоритму забезпечення відповідності ПІР організації умовам зовнішнього середовища (авторська розробка)

Розглянемо практичні аспекти застосування отриманих результатів, зокрема підходу до оцінки відповідності ПІР організації умовам зовнішнього середовища (рис. 2), на конкретному прикладі. За даними дослідження Олефіренко О.М. [20, с. 243–261] існують чітко виражені тенденції до зростання потреб у насосному та ін. обладнанні для хімічних виробництв (переважно інноваційного), яке вироблене під специфічні вимоги замовників на ринках України та Грузії, а також ряду інших країн. Проведений за даними [20] аналіз ПІР вітчизняних підприємств, які виготовляють відповідну продукцію свідчить, що це відкриває можливості інноваційного зростання для невеликих, гнучких у виробничо-збутовій політиці інноваційно-активних підприємств (переважно виробничо-інжинірингових). Тобто їх ПІР у значній мірі відповідає наявним тенденціям у зовнішньому середовищі. Опускаючи числові розрахунки та аналітичні викладки, зазначимо, що серед проблем реалізації ПІР конкретних виробничо-інжинірингових підприємств спостерігається недостатнє знання сучасних методів просування і реалізації технічно складної продукції, недостатня компетентність у розробленні програм лояльності і т.п. Це потребує відповідних знань, які можна отримати шляхом навчання і підвищення кваліфікації персоналу, аналізу практики діяльності інших товаровиробників тощо.

Висновки. Узагальнюючи викладене слід зазначити, що отримані результати чітко окреслюють роль і місце знань у системі складових підсистем та елементів ПІР організації-інноватора. Ідентифікація видів знань, що покладені в основу потенціалів підсистем та їх елементів, а також визначення джерел і інструментів отримання знань створює передумови формування системи цілеспрямованого управління ПІР організації в контексті її інноваційного розвитку в умовах становлення економіки знань. Враховуючи реалії сучасної економіки України, обрані траєкторії інноваційного розвитку вітчизняних організацій (підприємств та установ) повинні лежати в руслі інноваційного випередження, яке є практично безальтернативним [20].

Авторські розробки розвивають теорію інноваційного менеджменту і менеджменту знань в частині встановлення характеру впливу знань на ПІР підприємств та установ. Це є істотним внеском у формування засад організаційно-економічного механізму управління знаннями організацій в контексті посилення і реалізації їх ПІР. Їх практична реалізація надає можливість активізувати процеси переходу організацій на шлях орієнтованого на знання інноваційного розвитку. Подальші дослідження повинні бути орієнтованими на розроблення методичного інструментарію зазначеного механізму управління знаннями.

Література

1. Blanc B.L. Organizational devices for knowledge management: Proposal for a crossover perspective between knowledge sciences and communication sciences [Electronic resource] / B.L. Blanc, J.-L. Bouillon // VINE. – 2012. – No 42 (3/4) – P. 382–395. – Access mode : <http://www.emeraldinsight.com/doi/full/10.1108/03055721211267503>.
2. Matschke C. Knowledge exchange using Web 2.0 technologies in NGOs [Electronic resource] / C. Matschke, J. Moskaliuk, U. Cress // Journal of Knowledge Management. – 2012. – No 16 (1). – P. 159 – 176. – Access mode : <http://dx.doi.org/10.1108/13673271211199007>.
3. Landry R. Elucidation and enhancement of knowledge and technology transfer business models [Electronic resource] / R. Landry, N. Amara // VINE. – 2012. – No 42 (1). – P. 94–116. – Access mode : <http://dx.doi.org/10.1108/03055721211207789>.
4. Peter M. An evaluation of knowledge management tools: Part 1 – managing knowledge resources [Electronic resource] / M. Peter // Journal of Knowledge Management. – 2014. – No 18 (6). – P. 1075–1100. – Access mode : <http://dx.doi.org/10.1108/JKM-11-2013-0449>.
5. Jennex M.E. A proposed method for assessing knowledge loss risk with departing personnel [Electronic resource] / M.E. Jennex // VINE : The journal of information and knowledge management systems. – 2014. – No 44 (2). – P. 185–209. – Access mode : <http://www.emeraldinsight.com/doi/full/10.1108/VINE-07-2012-0028>.
6. Borjigen C. Mass collaborative knowledge management: Towards the next generation of knowledge management studies [Electronic resource] / C. Borjigen // Program : electronic library and information systems. – 2015. – No 49 (3). – P. 325–342. – Access mode : <http://www.emeraldinsight.com/doi/full/10.1108/PROG-02-2015-0023>.
7. Khedhaouria A. Sourcing knowledge for innovation: knowledge reuse and creation in project teams [Electronic resource] / A. Khedhaouria, A. Jamal // Journal of Knowledge Management. – 2015. – No 19 (5). – P. 932–948. – Access mode : <http://dx.doi.org/10.1108/JKM-01-2015-0039>.
8. Davenport T.H. Working knowledge: how organizations manage what they know [Electronic resource] / T.H. Davenport, L. Prusak. – Harvard Business Review Press, 2000. – Accessed mode: http://www.kushima.org/is/wpcontent/uploads/2013/09/Davenport_know.pdf.
9. Sveiby K. What is Knowledge Management? [Electronic resource] / K. Sveiby. – Accessed mode: http://www.sveiby.com/articles/Knowledge_Management.html
10. Мильнер Б.З. Управление знаниями: эволюция и революция в организации / Б.З. Мильнер. – Москва : Инфра-М, 2003. – 176 с.
11. Черкасова І.В. Система управління знаннями як основа інноваційного розвитку підприємства [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://library.kpi.kharkov.ua/Vestnik/2010_5/statti/Cherkasova.pdf.
12. Востряков О.В., Гребешкова О.М. Управління знаннями в стратегічному процесі підприємства [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://economica.org.ua/2009/upravlinnya-znanniyami1/>.
13. Матвіїв М.Я. Маркетинг знань: методологічний та організаційний аспекти : монографія / М.Я. Матвіїв. – Тернопіль : Економічна думка, 2007. – 448 с.
14. Якшин А.С. Стратегия и тактика маркетинга знаний на рынке образовательных услуг / А.С. Якшин // Экономическая наука и образование. Экономические науки. – 2010. – № 5 (66). – С. 297–301.
15. Маркетинг і менеджмент інноваційного розвитку : монографія / за заг. ред. С.М. Ілляшенко. – Суми : ВТД "Університетська книга", 2006. – 728 с.
16. Ілляшенко Н.С. Впровадження концепції інноваційного маркетингу в діяльність промислових підприємств / Н.С. Ілляшенко // Маркетинг і менеджмент інновацій. – 2010. – № 1. – С. 28–33.
17. Шипуліна Ю.С. Управління розвитком інноваційної культури промислових підприємств : монографія / Ю.С. Шипуліна. – Суми : ТОВ «Триторія», 2017. – 432 с.
18. Ілляшенко С.М. Інноваційний розвиток: маркетинг і менеджмент знань : монографія / С.М. Ілляшенко. – Суми : ТОВ «Діса плюс», 2016. – 192 с.
19. Ілляшенко С.М. Управління знаннями в системі інноваційного розвитку організації / С.М. Ілляшенко, Ю.С. Шипуліна, Н.С. Ілляшенко, А.О. Комарницька // Маркетинг і менеджмент інновацій. – 2017. – № 1. – С. 231–241.
20. Олефіренко О.М. Управління комерціалізацією інновацій промислових підприємств: аспекти збутової політики / О.М. Олефіренко. – Суми : Триторія, 2017. – 504 с.
21. Ілляшенко Н.С. Формування теоретичних засад випереджального розвитку на рівні країни та підприємства / Н.С. Ілляшенко // Економічний часопис – XXI. – 2014. – № 5-6. – С. 78–81.

References

1. Blanc B.L. Organizational devices for knowledge management: Proposal for a crossover perspective between knowledge sciences and communication sciences [Electronic resource] / B.L. Blanc, J.-L. Bouillon // VINE. – 2012. – No 42 (3/4) – P. 382–395. – Access mode : <http://www.emeraldinsight.com/doi/full/10.1108/03055721211267503>.
2. Matschke C. Knowledge exchange using Web 2.0 technologies in NGOs [Electronic resource] / C. Matschke, J. Moskaliuk, U. Cress // Journal of Knowledge Management. – 2012. – No 16 (1). – P. 159 – 176. – Access mode : <http://dx.doi.org/10.1108/13673271211199007>.
3. Landry R. Elucidation and enhancement of knowledge and technology transfer business models [Electronic resource] / R. Landry, N. Amara // VINE. – 2012. – No 42 (1). – P. 94–116. – Access mode : <http://dx.doi.org/10.1108/03055721211207789>.

4. Peter M. An evaluation of knowledge management tools: Part 1 – managing knowledge resources [Electronic resource] / M. Peter // Journal of Knowledge Management. – 2014. – No 18 (6). – P. 1075–1100. – Access mode : <http://dx.doi.org/10.1108/JKM-11-2013-0449>.
5. Jennex M.E. A proposed method for assessing knowledge loss risk with departing personnel [Electronic resource] / M.E. Jennex // VINE : The journal of information and knowledge management systems.– 2014. – No 44 (2). – P. 185–209. – Access mode : <http://www.emeraldinsight.com/doi/full/10.1108/VINE-07-2012-0028>.
6. Borjigen C. Mass collaborative knowledge management: Towards the next generation of knowledge management studies [Electronic resource] / C. Borjigen // Program : electronic library and information systems. – 2015. – No 49 (3). – P. 325–342. – Access mode : <http://www.emeraldinsight.com/doi/full/10.1108/PROG-02-2015-0023>.
7. Khedhaouria A. Sourcing knowledge for innovation: knowledge reuse and creation in project teams [Electronic resource] / A. Khedhaouria, A. Jamal // Journal of Knowledge Management. – 2015. – No 19 (5). – P. 932–948. – Access mode : <http://dx.doi.org/10.1108/JKM-01-2015-0039>.
8. Davenport T.H. Working knowledge: how organizations manage what they know [Electronic resource] / T.H. Davenport, L. Prusak. – Harvard Business Review Press, 2000. – Accessed mode: http://www.kushima.org/is/wpcontent/uploads/2013/09/Davenport_know.pdf.
9. Sveiby K. What is Knowledge Management? [Electronic resource] / K. Sveiby. – Accessed mode: http://www.sveiby.com/articles/Knowledge_Management.html
10. Mylner B.Z. Upravlenye znaniyami: evoliutsiya y revoliutsiya v orhanyzatsyy / B.Z. Mylner. – Moskva: Ynfra-M, 2003. – 176 p.
11. Cherkasova I.V. Systema upravlinnia znaniyami yak osnova innovatsiinoho rozvytku pidpryemstva [Elektronnyi resurs]. – Rezhym dostupu : http://library.kpi.kharkov.ua/Vestnik/2010_5/statti/Cherkasova.pdf.
12. Vostriakov O.V., Hrebeshkova O.M. Upravlinnia znaniyami v stratezhnomu protsesi pidpryemstva [Elektronnyi resurs]. – Rezhym dostupu : <http://economica.org.ua/2009/upravlinnia-znaniyami1/>.
13. Matviiv M.Ya. Marketynh znan: metodolohichniy ta orhanizatsiinyi aspekty : monohrafiya / M.Ya. Matviiv. – Ternopil : Ekonomichna dumka, 2007. – 448 p.
14. Yakshyn A.S. Stratehiya y taktyka marketynha znanyi na rynku obrazovatelnykh usluh / A.S. Yakshyn // Ekonomicheskaya nauka y obrazovaniye. Ekonomicheskyye nauky. – 2010. – 5 (66). – p. 297-301.
15. Marketynh i menedzhment innovatsiinoho rozvytku: Monohrafiya / Za zah. red. d.e.n., prof. S.M. Illiashenko. - Sumy: VTD "Universytetska knyha", 2006. - 728 p.
16. Illiashenko N.S. Vprovadzhennia kontseptsii innovatsiinoho marketynhu v diialnist promyslovykh pidpryemstv / N.S. Illiashenko // Marketynh i menedzhment innovatsii. - 2010. - 1. - p. 28-33.
17. Shipulina Yu.S. Upravlinnia rozvytkom innovatsiinoi kultury promyslovykh pidpryemstv: monohrafiya / Yu.S. Shipulina. – Sumy: TOV «Trytoriia», 2017. – 432 p.
18. Illiashenko S.M. Innovatsiinyi rozvytok: marketynh i menedzhment znan: monohrafiya / S.M. Illiashenko. – Sumy: TOV «Disaplius», 2016. – 192 p.
19. Illiashenko S.M. Upravlinnia znaniyami v systemi innovatsiinoho rozvytku orhanizatsii / S.M. Illiashenko, Yu.S. Shipulina, N.S. Illiashenko, A.O. Komarnytska // Marketynh i menedzhment innovatsii. - 2017. - 1. - p. 231-241.
20. Olefirenko O.M. Upravlinnia komertsializatsiieiu innovatsii promyslovykh pidpryemstv: aspekty zbutovoi polityky / O.M. Olefirenko. – Sumy: Trytoriia, 2017 – 504 p.
21. Illiashenko N.S. Formuvannia teoretychnykh zasad vyperedzhalnoho rozvytku na rivni krainy ta pidpryemstva / N.S. Illiashenko // Ekonomichniy chasopys – XXI. – 2014. – 5-6. – p. 78-81.

Рецензія/Peer review : 10.05.2018
Надрукована/Printed : 05.06.2018
Рецензент: д. е. н., проф. Орлов О. О.

УДК 334

КОВАЛЬЧУК С. В.

Хмельницький національний університет

ПРИНЬКО М. С.

Відкритий міжнародний університет розвитку людини «Україна»
Інститут економіки та менеджменту Університету «Україна»

ВПЛИВ НЕКОМЕРЦІЙНИХ ОРГАНІЗАЦІЙ НА БІЗНЕС-СЕРЕДОВИЩЕ УКРАЇНСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ

Некомерційні організації – це неприбуткові, недержавні організації, метою яких є впровадження суспільно значущих цілей. Об'єктом дослідження у статті виступають некомерційні організації та визначення їх ролі і місця у формуванні маркетингового бізнес-середовища українських підприємств. Некомерційні організації активно розвиваються в світі і, зокрема, в таких країнах з перехідною економікою, як Україна. Питання стосовно того, чи може бути некомерційна організація предметом дослідження маркетингу, ще й досі залишаються дискусійними. В даному дослідженні ми розглядаємо некомерційні організації як складову економіки України, розвиток яких впливає на бізнес-середовище українських підприємств. Важливим маркетинговим підходом є розуміння того, що вся діяльність організації має відповідати її місії. Основне суспільно значиме завдання, яке оформлене в місію організації та визначає сферу її впливу – визначити основний товар некомерційної організації. Незважаючи на те, що організація може працювати на схожому ринку з тотожною сферою впливу та тотожними контактними аудиторіями, цінності та послуги організації можуть відрізнятися. Підприємство має досліджувати місію та сферу впливу НУО, обираючи собі організацію для партнерства. Маркетингові стратегії як НУО, так і підприємства мають бути спрямовані на виявлення потреб аудиторій сфери впливу як задля досягнення більших вигод для суспільства через реалізацію місії та донесення основної цінності (ідеї), так і задля отримання доходу.

Ключові слова: некомерційні організації, бізнес-середовище, місія, товар, стратегія, цінність, вигода, цільова аудиторія.

KOVALCHUK S.

Khmelnitsky National University

PRYNKO M.

Open International University of Human Development "Ukraine"
Institute of Economics and Management of the University of Ukraine

INFLUENCE OF NON-COMMERCIAL ORGANIZATIONS ON BUSINESS ENVIRONMENT OF UKRAINIAN ENTERPRISES

Non-profit organizations are actively developing in the world and, in particular, in transition economies such as Ukraine. The question as to whether a non-profit organization may be the subject of research on marketing is still debatable. In this study we consider non-profit organizations as a component of the Ukrainian economy, the development of which affects the business environment of Ukrainian enterprises. The question as to whether a non-profit organization may be the subject of research on marketing is still debatable. In this study we consider non-profit organizations as a component of the Ukrainian economy, the development of which affects the business environment of Ukrainian enterprises. An important marketing approach is to understand that all activities of an organization must be consistent with its mission. The main socially important task that is formalized in the mission of the organization and defines the sphere of its influence - which is the main product of a non-profit organization. Despite the fact that the organization can work in a similar market with the same sphere of influence and identical contact audiences, the values and services of organizations can be different. The enterprise should investigate the mission and scope of the NGO's influence by choosing an organization for the partnership. Marketing strategies for both NGOs and enterprises should be aimed at identifying the needs of the audience of the sphere of influence, in order to achieve greater benefits to the society through the realization of the mission and the presentation of the main value (idea), and for the purpose of obtaining income.

Key words: non-profit organizations, business environment, mission, product, strategy, value, profit, target audience.

Вступ. Підприємства провадять бізнес в певному макро-, мезо- та мікробізнес-середовищі, де некомерційні організації є, з одного боку, їх контактною аудиторією, з якою вони повинні встановлювати взаємовідносини, а з іншого – саме некомерційні організації використовуються підприємствами для оприлюднення, лобювання та створення умов для ведення бізнесу. Процес розробки, виробництва та просування товару з точки зору маркетингу описаний в науковій та науково-практичній літературі досить ретельно. Доведено, що на підприємство впливає багато факторів, які воно повинно врахувати, використати, а, подекуди, і створити. В українській науковій літературі саме під тим кутом зору роль некомерційних організацій не досліджувалася.

Об'єкт дослідження. Об'єктом дослідження у статті виступають некомерційні організації та визначення їх ролі і місця у формуванні маркетингового бізнес-середовища українських підприємств.

Некомерційні організації – це неприбуткові, недержавні організації, метою яких є впровадження суспільно значущих цілей. В Україні для регулювання діяльності некомерційних за своєю сутністю організацій діє Закон «Про громадські об'єднання», в якому вживаються терміни «громадське об'єднання» та «громадська організація» [1].

Більше того, виходячи з мети діяльності цих організацій, ми умовно можемо їх назвати «операторами громадянського суспільства». Для розуміння середовища діяльності «операторів» – неурядових, некомерційних організацій – необхідно пояснити термін «громадянське суспільство».

Слід зазначити, що в світовій та вітчизняній науковій літературі не існує єдиного загальноприйнятого трактування поняття «громадянське суспільство». Проте, визначення, які наводяться в різних джерелах, є відносно тотожними. Так, наприклад, у Білій Книзі з Європейського Управління, термін «громадянське суспільство» використовується стосовно діяльності профспілок, а також організацій роботодавців (ці дві групи організацій разом називають «соціальними партнерами»), НУО, професійних асоціацій, благодійних і місцевих громадських організацій, організацій, які допомагають громадянам приймати участь у місцевій та муніципальній соціальній діяльності, з особливим наголосом на ролі церков і релігійних громад [2].

Визначення неприбуткової організації є досить чітким, оскільки це впливає на порядок оподаткування її діяльності. Згідно з Листом ДФС, неприбуткові організації – це організації зі статусом або без статусу юридичної особи, що не займаються підприємницькою діяльністю, тобто метою діяльності яких не є отримання комерційної вигоди. Підставою для визнання організації некомерційною є її статутна діяльність. Визнання її громадською неурядовою організацією здійснюється на основі аналізу відповідності її діяльності вимогам Закону України «Про громадські об'єднання», який визначає правові та організаційні форми діяльності таких об'єднань. Таки організації не є структурами держави, однак вони виконують суспільні завдання, і є структурною ординацією громадянського суспільства.

На підставі проведеного аналізу діяльності таких організацій та їх статутних документів, вважаємо, що терміни «некомерційна організація», «неприбуткова організація», «неурядова організація» «організація громадянського суспільства», «організація «третього сектору» є тотожними за своєю суттю поняттями. Це незалежні від держави організації, створені не з метою отримання прибутку, а для реалізації інших соціально значимих цілей. До таких цілей може належати як діяльність в сфері захисту особи, наприклад, запобігання насиллю в родині, боротьба з палінням, захист прав пацієнтів або лікарів, надання допомоги військовослужбовцям, захист прав ув'язнених тощо, так і діяльність в сфері формування правил функціонування роботи бізнесу та фахових співтовариств. З цією метою членства у недержавних громадських організацій набувають юридичні особи, що дає їм змогу разом будувати цивілізовані норми роботи на ринках підприємств, яких вони представляють.

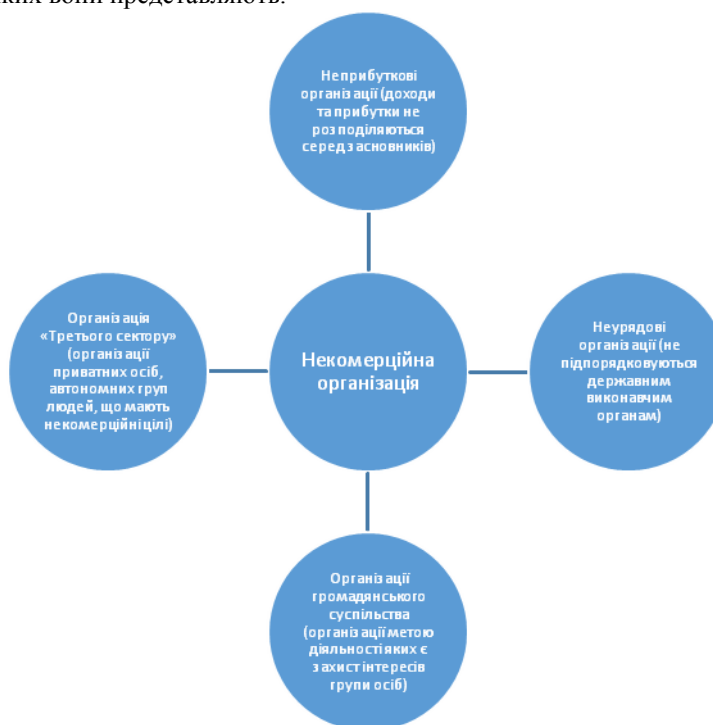


Рис. 1. Декомпозиція поняття «некомерційна організація»*

*сформовано автором

Впродовж останнього десятиріччя кількість громадських організацій в Україні неухильно зростає, особливо актуалізується ця тенденція наприкінці 2013 року, що пояснюється зростанням суспільної свідомості українців внаслідок Революції гідності.

Дане дослідження показало, що зростання кількості некомерційних організацій, а відтак і їх впливу, вимагає наукової рефлексії. Такі організації потребують маркетингового аналізу та можуть бути предметом досліджень маркетингу, оскільки незважаючи на те, що некомерційні організації створюються не з метою одержання прибутку (що є однією з ознак, що відрізняє їх від бізнес-фірм), вони через досягнення своїх соціально значущих цілей впливають на середовище бізнесу. Крім того, проведення саме маркетингового аналізу їх діяльності зустрічається надзвичайно рідко.

Таблиця 1

**Кількість громадських організацій з міжнародним та всеукраїнським статусом, легалізованих
Міністерством юстиції України**

Організація/роки	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	01.04.2017
Громадські організації	3344	3548	3745	74500	77286	64526	70321	77252

В даній роботі досліджувалася діяльність саме некомерційних, неприбуткових неурядових громадських організацій. Ми досліджували, як через виконання своєї статутної діяльності некомерційні організації впливають на бізнес-середовище підприємств, виступаючи їх контактними аудиторіями.

Визначення цільових контактних аудиторій некомерційних організацій як фактору формування бізнес-середовища. Проблема вивчення та класифікації цільових аудиторій некомерційних організацій присвячено роботи ряду зарубіжних вчених, зокрема: Ф. Котлер і А. Андреасан, Б. Гайнер і М. С. Мойер, С. Дж. Петерсон і Дж. М. Радтке, П. С. Брінскеркоф.

Висновки та підходи, які пропонують дані автори, відображають аналіз практичної діяльності успішних некомерційних організацій в розвинутих країнах світу. Однак залишається необхідність узагальнення наукової думки та розробки підходів до критеріїв сегментації цільових аудиторій некомерційних організацій, прийнятих до умов країн з перехідною економікою, і, зокрема, України.

Метою дослідження цільових аудиторій некомерційних організацій є визначення основних контактних аудиторій НО та надання рекомендацій підприємствам щодо підвищення ефективної взаємодії з метою формування власного бізнес-середовища.

Чимало зарубіжних науковців визнають, що некомерційна організація одночасно працює на різні цільові аудиторії, і навіть об'єднує їх у певні групи. Так, Ф. Котлер і А. Андреасан [5] вважають, що є три основні цільові групи: клієнти/цільові аудиторії (ті, на допомогу яким спрямовані зусилля організації), джерела фінансування (як окремі особи, так і великі корпорації, що надають пожертви) і волонтери (які безкоштовно працюють в організації заради досягнення суспільно значущої мети).

Інші автори також визнають, що некомерційним організаціям слід працювати одночасно з різними цільовими аудиторіями. Але вони надають іншу їх класифікацію. Наприклад, Б. Гайнер і М.С. Мойер [6] поділяють їх на ринок забезпечення ресурсами (волонтери, люди, що надають пожертви і фінансування, урядові співробітники, які надають державні гранти), і ринок розподілу ресурсів (клієнти, пацієнти, студенти, законодавці, широкий загал).

С. Дж. Петерсон і Дж. М. Радтке [7] пропонують поділити наявних і потенційних спонсорів та волонтерів на три великі групи: 1) активістів, які вже залучені до діяльності організації; 2) зацікавлених осіб, які вже працюють над вирішенням цієї ж проблеми, але поки що не співпрацюють з даною організацією, і 3) обізнаних людей, вже занепокоєних даною проблематикою, яких можна легко переконати діяти разом заради вирішення проблеми. Ці автори також вважають аудиторію сформованою за наступних умов: всі ці люди страждають від однакової проблеми, визнають, що вона існує, і об'єднуються заради її вирішення.

Дж. Петерсон і Дж. М. Радтке [7] приділяють особливу увагу роботі з формальними і неформальними лідерами групи, яких, у свою чергу, поділяють на наступні категорії: 1) люди, в яких є приховані можливості неформального впливу на інших, наприклад, їх можна попросити переказати інформацію високим посадовцям; 2) особи, що обіймають керівні посади або мають високий соціальний статус в суспільстві, можуть бути корисними в переговорах з лідерами своїх установ; 3) люди з репутацією експертів або впливових осіб в межах даної проблематики або в даному суспільстві можуть бути використані для публічного просування діяльності некомерційних організацій; 4) члени самої організації, які здатні залучити своїх друзів до певних дій.

П. С. Брінскеркоф [8], в свою чергу, пропонує поділяти цільові аудиторії некомерційних організацій на наступні ринки: 1) внутрішній (члени Ради директорів, штатні співробітники та волонтери); 2) платники (уряд, члени організації, фонди, люди, що роблять приватні пожертви, або сплачують за послуги тощо), 3) ринки окремих послуг організації (при чому в межах окремих послуг виокремлюються різні типи клієнтів), 4) і ті, хто лише дає рекомендації або направляє членів інших ринків до організації.

Для наочності, представимо всі проаналізовані підходи до класифікації цільових аудиторій некомерційних організацій у таблиці 2.

Всі розглянуті підходи до класифікації цільових аудиторій некомерційних організацій є правомірними з точки зору того, які теоретичні та практичні рекомендації надають автори у своїх працях. Проте, на наш погляд, виходячи з мети нашого дослідження, їх потрібно систематизувати відносно того, чи отримують визначені цільові аудиторії прямі вигоди від діяльності самої некомерційної організації. Ми вважаємо, що цей критерій є визначальним для сегментації цільової аудиторії, який розподіляється на два великих сегменти, які відрізняються в очікуваннях від діяльності некомерційної організації, і це необхідно враховувати при розробці і реалізації відповідних маркетингових стратегій підприємств: 1) цільові аудиторії, які отримують прямі вигоди від діяльності некомерційної організації; 2) цільові аудиторії, які отримують непрямі вигоди від діяльності некомерційної організації.

Таблиця 2

**Підходи до класифікації цільових аудиторій
некомерційних організацій зарубіжними дослідниками**

Автор(и) підходу	Назви груп цільових аудиторій некомерційних організацій	Пояснення, хто входить до зазначених груп
Ф. Котлер і А. Андреасан	клієнти/цільові аудиторії	особи, на допомогу яким спрямовані зусилля некомерційної організації
	ті, хто надає фінансування	окремі люди і корпорації, що надають пожертви
	волонтери	особи, що безкоштовно працюють в організації заради досягнення її місії
Б. Гайнер і М.С. Мойєр	суб'єкти ринку забезпечення ресурсами	волонтери, люди, що надають пожертви і фінансування, урядові співробітники, які надають державні гранти
	суб'єкти ринку розподілу ресурсів	клієнти, пацієнти, студенти, законодавці, широкий загал
С.Дж. Петерсон і Дж. М. Радтке	активісти	люди, які вже залучені до діяльності некомерційної організації
	зацікавлені особи	люди, які вже працюють над вирішенням цієї ж проблеми, але поки що не співпрацюють з даною організацією
	обізнані особи	люди, які вже занепокоєні даною проблематикою, яких можна легко переконати діяти разом заради вирішення проблеми
П.С.Брінскеркоф	суб'єкти внутрішнього ринку	члени Ради директорів, штатні співробітники та волонтери
	безпосередні спонсори (платники) організації	уряд, члени організації, фонди, люди, що роблять приватні пожертви, або сплачують за послуги тощо
	суб'єкти, що отримують окремі послуги організації	різні типи клієнтів залежно від місії і напрямів діяльності кожної конкретної організації
	особи, що тільки рекомендують дану некомерційну організацію представникам інших ринків	це коло осіб відрізняється у різних некомерційних організацій

Систематизовано автором за даними [5–8]

До цільових аудиторій, які отримують прямі вигоди від діяльності некомерційної організації, ми відносимо споживачів їх послуг і співробітників самої організації.

Дуже часто місіями некомерційних організацій є досягнення значущих змін на краще у суспільстві в цілому або ж допомога певним верствам населення. Тобто споживачі послуг очікують, що їм допоможуть у вирішенні їх проблем, наприклад, надання благодійної допомоги або формування умови для їх розвитку. Вони безпосередньо зацікавлені у досягненні місії самої організації.

Співробітники некомерційних організацій, отримуючи заробітну платню (хоча вона часто буває значно нижчою за середню ринкову зарплату для співробітників на аналогічних посадах), об'єктивно зацікавлені в економічній ефективності діяльності самої організації.

До цільових аудиторій, що отримують непрямі вигоди від некомерційної організації, ми відносимо волонтерів; осіб, що надають фінансування; членів (якщо некомерційна організація є членською); широкий загал, а також цільові аудиторії, які впливають на прийняття рішень іншими групами людей. Безумовно, всі зазначені групи зацікавлені у досягненні місії некомерційної організації. Але вони також можуть отримувати певні непрямі вигоди від її діяльності.

Так, для волонтерів, робота в некомерційній організації є не лише засобом допомогти іншим, а й засобом самореалізації в різних її проявах, до того ж деякі люди вважають волонтерство вдалим стартом для успішної кар'єри в майбутньому. Також приналежність до некомерційної організації може сприяти соціалізації і налагодженню дружніх стосунків у місцевій громаді.

Особи, що надають фінансування або роблять пожертви некомерційним організаціям, очікують, в першу чергу, вигод для третіх осіб (знедолених соціальних груп або суспільства в цілому). Однак, вони

також можуть використовувати інформацію про такі свої дії для просування себе особисто або для просування організацій, в яких вони працюють.

Таблиця 3

Авторський підхід до класифікації цільових аудиторій некомерційних організацій

Цільові аудиторії, що отримують прямі вигоди від діяльності некомерційної організації	Цільові аудиторії, що отримують непрямі вигоди від діяльності некомерційної організації
1.1 Споживачі послуг, заради допомоги яким організація існує	2.1 Волонтери
1.2 Співробітники самої некомерційної організації	2.2 Особи, що надають фінансування: Окремі люди, які роблять приватні пожертви Підприємства комерційного сектору, які можуть надавати пожертви (одноразові, певний відсоток з продажу товарів або від прибутку за певний період) або залучатися до проектів з соціального партнерства з некомерційними організаціями Урядові агенції, які можуть надавати державні гранти Вітчизняні і міжнародні фонди, які можуть надавати гранти некомерційним організаціям Знаменитості, якщо вони самі роблять значні пожертви, які самі можуть робити пожертви
	2.3 Для членських некомерційних організацій – члени (фізичні та юридичні особи), які регулярно сплачують членські внески
	2.4 Широкий загал Ті, хто нічого не знає про дану проблематику Люди, що володіють відповідною інформацією, але не цікавляться вирішенням проблеми Обізнані, які прагнуть щось зробити, але не знають як Зацікавлені, які вже працюють над даною проблематикою, але поки що окремо від цієї некомерційної організації
	Цільові аудиторії, які впливають на прийняття рішень іншими групами людей Засоби масової інформації Законодавці, якщо некомерційні організації прагнуть досягти певних змін у діючому законодавстві Знаменитості, якщо вони просувають ідеї некомерційної організації або інформують широкий загал про існування відповідних соціальних проблем Навчальні заклади, які можна залучати до просування соціальних змін в суспільстві

* Джерело: розроблено автором

Члени некомерційних організацій через досягнення ними своїх місій часто вибудовують свою позитивну ділову репутацію. Ми вважаємо, що для ефективнішого залучення людей до своєї діяльності, неприбутковим організаціям слід зазначати на своїх сайтах, кого саме вони вважають своїми цільовими аудиторіями, тобто, на кого спрямована їх діяльність.

Широкий загал – це люди, які, в кінцевому підсумку, завдяки діяльності некомерційних організацій, і, відповідно, побудові дієвого громадянського суспільства, мають змогу захищати свої погляди та переконання, а також живуть у більш вільному, демократичному суспільстві. Хоча вигоди для широкого загалу, звичайно, відрізняються від однієї некомерційної організації до іншої, залежно від конкретної місії і цілей діяльності.

Цільові аудиторії, які впливають на прийняття рішення іншими групами людей, такі як ЗМІ або законодавці, можуть співпрацювати з некомерційними організаціями заради виконання своїх професійних обов'язків.

Формування бізнес-середовища підприємствами через контактні аудиторії підприємства та цільові аудиторії некомерційних організацій. Контактні аудиторії – це групи, що виявляють інтерес до діяльності фірми і можуть вплинути на досягнення поставлених цілей. Виділяють сім контактних груп: внутрішні контактні аудиторії (трудоий колектив, акціонери, рада директорів, профспілки); місцеві контактні аудиторії (місцеві жителі); фінансові контактні аудиторії (банківські службовці, аудитори, дебітори, кредитори, фінансові консультанти, брокери); контактні аудиторії державних установ (державні

службовці, які відповідають за реєстрацію фірм, працівники податкової служби та статистичних органів, пожежної інспекції та санітарно-епідеміологічного контролю); контактні аудиторії засобів масової інформації (журналісти, економічні оглядачі, працівники відділів реклами та інформації); контактні аудиторії груп громадської дії (активісти екологічного руху, руху за здоровий спосіб життя тощо); контактні аудиторії публіки-лідери громадської думки (естрадні зірки, спортсмени, політики, представники громадських організацій) [11].

Контактні цільові аудиторії в кінцевому підсумку впливають на бізнес-середовище. Некомерційні організації, з одного боку, самі є контактною аудиторією підприємства, з іншого – здійснюють значний вплив на формування думки контактних аудиторій підприємства через виконання своїх суспільно значимих місій. Масштаби такого впливу можуть бути різними: від впливу на думку однієї людини до формування громадської думки стосовно певного явища та внесення змін в правове поле діяльності підприємства. Наприклад, досліджувана нами ГО «Українська асоціація маркетингу», формуючи правила роботи на рекламному ринку, може вимагати зняття сексистської реклами окремою фірмою, або, на рівні держави в межах свого впливу, прийняття стандартів недискримінаційної реклами, які отримують статус стандартів організацій України після проходження відповідної процедури реєстрації в державних органах та внесення відповідних поправок до Закону «Про рекламу».

Прикладом також можуть слугувати такі українські некомерційні організації, які відомі як в Україні, так і за кордоном: Habitat for Humanity, the Red Cross, United Way, Мама 86, Українська асоціація маркетингу, Фонд допомоги українській армії, Народний проект «Всеукраїнський центр волонтерів», ГО «Волонтерська сотня «Добровольці», коаліція НУО «Права дитини в Україні», Фортеця – всеукраїнське об'єднання підприємців малого і середнього бізнесу, Всеукраїнська громадська організація «Союз споживачів України», Всеукраїнська рекламна коаліція тощо.

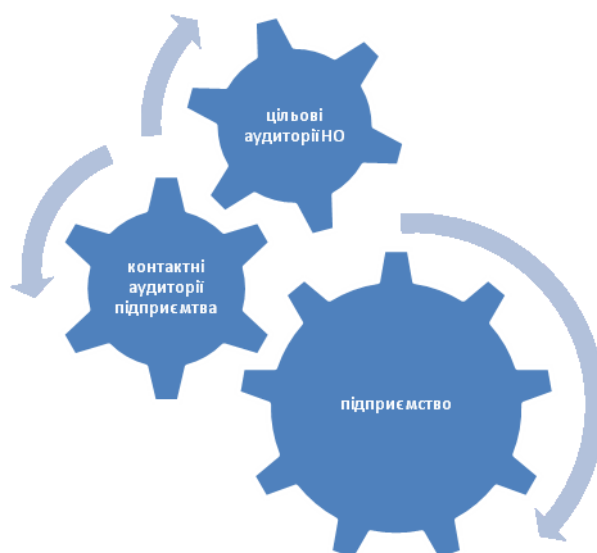


Рис. 2. Взаємодія контактних аудиторій підприємства з цільовими аудиторіями некомерційних організацій

Сама місія організації та її діяльність, спрямована на реалізацію цієї місії в сфері її впливу. Під сферою впливу ми розуміємо частину суспільства, на яку спрямована діяльність організації, включаючи всі цільові аудиторії. Як правило, її можна зрозуміти, проаналізувавши місію організації. Прикладами такої діяльності може бути захист спільних інтересів та адвокасі. Потужність організації, в першу чергу, визначається роллю, яку організація відіграє у своїй сфері впливу, тобто наскільки ефективно менеджери працюють заради досягнення місії НУО і допомагають людям, чий інтерес організація покликана захищати, а також наскільки ефективно вони працюють з різними цільовими аудиторіями і залучають фінансування з різних джерел. Найефективніші лідери НУО є лідерами у сферах впливу своїх організацій. Вони здатні ініціювати створення мереж та коаліцій з іншими організаціями, надають послуги та технічну підтримку зацікавленим сторонам, ініціюють теми для широкого суспільного обговорення або в межах професійної спільноти, а також пропонують ініціативи, які можуть вплинути на весь сектор або сферу діяльності, і спроможні мобілізувати партнерські організації, що працюють в цій та суміжній галузях заради досягнення спільних завдань. Членство організації в регіональних, національних та міжнародних об'єднаннях також надзвичайно корисне для посилення своєї ролі у сфері впливу, так як надає змогу обмінюватися потрібними знаннями та досвідом. Організації – лідери у своїй сфері впливу здатні вибудовувати міцні партнерські стосунки з представниками державних органів та місцевого самоврядування. Для професійних (фахових) організацій надзвичайно важливим є також саморегулювання та прийняття відповідних стандартів для

галузі в межах сфери впливу. Професійні (фахові) організації пропонують такі послуги для членів; універсальні, благодійні та волонтерські – для тих, хто зацікавлений у вирішенні спільних проблем та досягненні спільних цілей, представляючи спільні інтереси у ширшому розумінні. Більше того, НУО можуть організувати освітні тренінги для членів та інших зацікавлених осіб, а також проводити конференції для просування спільної позиції членів щодо конфліктних питань тощо. Сюди також входить масштаб діяльності організації. Це не лише географічний ринок та рівень, на якому НУО працює (місцевий, регіональний, міжрегіональний, національний, міжнародний або глобальний), а й обсяги залученого фінансування. Хоча цей показник можливо визначити та проаналізувати далеко не у всіх випадках, а лише якщо на сайтах є фінансові звіти у відкритому доступі. Надзвичайно важливим показником ролі у сфері впливу також є підтримка організації з боку існуючих членів. Цей показник включає: 1) кількість постійних членів та волонтерів тощо; 2) чи згруповані члени, волонтери, контактні аудиторії та чи забезпечується постійна взаємодія між ними; 3) як часто члени організації виступають публічно та розповідають про місію організації, переконують інших вступити в неї тощо.

Послуги, що пропонуються членам та іншим зацікавленим сторонам. Послуги НУО повинні відповідати місії, сфері впливу, та, як наслідок, стратегічним цілям організації. Їх потрібно розробляти для задоволення потреб цільових аудиторій. До послуг, як правило, відносять товари НУО, які пропонуються за окрему плату, яка не входить до членського пакету. Здебільшого це консультаційні та навчальні послуги; організація різноманітних турів, в тому числі культурних, бізнес-турів тощо; аутсорсингове обслуговування (бухгалтерські послуги, юридичні послуги); проведення різного роду семінарів, тренінгів, форумів; проведення сертифікаційних програм; проведення PR заходів для певного члена тощо.

Дискусії у суспільстві точаться навколо ціни послуги. Якщо членські внески для членських організацій встановлюються відповідним рішенням органів правління, спонсорські та благодійні внески диктуються фінансовими можливостями спонсорів та донорів, то ціна на послуги встановлюється дирекцією, виходячи з її розуміння важливості та цінності даної послуги та цінової політики організації.

Глибинні інтерв'ю, проведені в рамках написання даної статті, показали [10], що керівники українських некомерційних організацій мають діаметральні погляди на ціну послуг для різних цільових ринків своїх організацій. 52% керівників пропонують послуги нижче собівартості, аргументуючи це тим, що неприбутковість та соціальна спрямованість роботи всієї організації зобов'язує пропонувати послуги організації на рівні собівартості, або нижче собівартості, покриваючи збитки з членських внесків (для членських організацій) або спонсорських пакетів (для інших організацій). Фахові організації часто поєднують різні цінові стратегії щодо послуг. Однак, саме ці організації ставлять більш високі ціни на свої послуги, ніж універсальні або волонтерські.

Надання послуг за окрему плату розглядається як гарантія незалежності існування організації від донорських програм, які, як правило, мають свої власні пріоритети. Саме розуміння маркетингу некомерційної організації як квінтесенцію філософії цієї організації, яка забезпечує відповідний комплекс маркетингу має бути покладений в основу розробки методики оцінки ефективності маркетингової діяльності некомерційних організацій. Для цього важливо використовувати маркетингові технології, мати систему зворотного зв'язку. НУО повинні збирати інформацію про потреби кожної цільової аудиторії. І якщо ці потреби значно відрізняються, потрібно розробляти і пропонувати різні набори послуг для кожної цільової аудиторії. Наприклад, для членів сюди можуть входити унікальні послуги в межах членського пакету. Для волонтерів особливо важливо розуміти, як їх участь допомагає досягти місії організації. У деяких випадках, особливо у разі професійних (фахових) організацій, волонтерам потрібно також пояснити, які знання та навички вони можуть отримати під час волонтерства і як вони можуть їх використовувати в подальшій кар'єрі.

Підприємство, вибудовуючи взаємодію з некомерційною організацією, має ретельно вивчати цільову аудиторію останньої та, спираючись на цей аналіз, проводити необхідні рішення для свого економічного розвитку, спираючись на важелі сфери впливу НУО. Підприємство також повинно розуміти, що некомерційна організація очікує партнерських відносин та прийняття певних правил співпраці між НУО та господарюючим суб'єктом. Так, наприклад, члени фахових об'єднань підписують та зобов'язуються дотримуватися етичних кодексів та стандартів діяльності галузі, які розробляються та впроваджуються організаціями. Своєю чергою, приймаючи участь у роботі організації, підприємства отримують можливість інструментами громадянського суспільства впливати на економічне та соціальне середовище галузі через залученість в законотворчу діяльність, суспільно значиму діяльність (наприклад, освітні та просвітницькі заходи, заходи щодо лобювання та адвокації тощо). Це оказує як прямий вплив на бізнес-середовище підприємства через прийняття відповідних законів та нормативних актів, так і непрямий – через формування громадської думки навколо економічної діяльності підприємства. До такого непрямого впливу, як правило, призводять просвітнянські дії, саме вони формують середовище підготовки кадрів, визнання соціально відповідального іміджу підприємства тощо.

На нашу думку, ефективність діяльності некомерційних організацій не може бути вимірною в категоріях кількості зібраних коштів і включати лише економічні показники. Наприклад, можна розрахувати скільки коштів було зібрано волонтерською організацією та скільки вояків було звільнено з полону. Однак,

такий підхід, насправді, не дає відповідь на питання щодо ефективності діяльності некомерційної організації, тому що ці організації не ставлять своєю метою отримання прибутку або акумулювання на своїх рахунках великих фінансових коштів. Чи можна порівняти витрати часу та, відповідно, коштів для роботи групи волонтерів зі звільнення однієї людини, з зусиллями 100 осіб? (робота доцільна в обох випадках). Процедурно це можуть бути одні і ті ж самі витрати часу та коштів. Ще один приклад. Абсолютно зрозуміло, що подолання сексизму не відбудеться в 21 столітті, однак, це не означає, що не потрібно підтримувати боротьбу з цим явищем.

Таким чином, недоцільно, а, інколи, неприпустимо з точки зору моралі, розраховувати ефективність зусиль маркетингу та менеджменту організацій, якщо її зусилля спрямовані на врятування життя людей або тварин. Необхідно враховувати такі показники, як досягнення місії організації з кореляцією на суспільну складність досягнення поставленої мети, виявлених і досягнутих зон відповідальності організацій та особливості цільових аудиторій. Ефективність некомерційної організації необхідно розглядати під кутом зору досягнення нею заявленої місії, і лише з точки зору виконання нею свої статутних завдань. В той же час, економічний розрахунок щодо ефективності взаємодії підприємства з громадською організацією є доцільним та можливим. Так, можливо співвідносити витрати на участь в загальноукраїнському заході НУО та витрати на виготовлення на провадження рекламної компанії в межах України для ознайомлення споживачів вашої продукції з різних регіонів України. Крім того, підтримка НУО позитивно впливає на імідж підприємства та є дієвим ПР заходом.

Висновки. Таким чином, важливим маркетинговим підходом є розуміння того, що вся діяльність організації має відповідати її місії. Основне суспільно значиме завдання, яке оформлено в місію організації та визначає сферу її впливу – що є основним товаром некомерційної організації. Незважаючи на те, що організація може працювати на схожому ринку з тотожною сферою впливу та тотожними контактними аудиторіями, цінності та послуги організацій можуть відрізнятися. Підприємство має досліджувати місію та сферу впливу НУО, обираючи собі організацію для партнерства. Маркетингові стратегії як НУО, так і підприємства мають бути спрямовані на виявлення потреб аудиторій сфери впливу як задля досягнення більших вигод для суспільства через реалізацію місії та донесення основної цінності (ідеї), так і задля отримання доходу.

Література

1. Про Громадські об'єднання : закон України від 22 березня 2012 року, № 4572-VI [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/4572-17>
2. European Governance. A White Paper. Commission of the European Communities. Brussels, 25.7.2001.com(2001)428. URL: ec.europa.eu/governance/white_paper/en.pdf
3. Неприбуткові організації: особливості, реєстрація і основні умови здійснення діяльності : лист ДФС від 19.01.2017 № 1023/6/99-99-15-02-02-15 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.xp.od.ua/ua/pres-tsentr/statti/902-neprybutkovi-orhanizatsiyi-osoblyvosti-reyestratsiya-i-osnovni-umovy-zdiysnennya-diyalnosti.html>
4. Про стан розвитку громадянського суспільства в Україні : аналіт. доповідь / [Яблонський В.М., Балакірева О.М., Бондар Т.В. та ін] ; за заг. ред О.А. Корнієвського. – К. : НІСД, 2017. – 56 с. – ISBN 978-966-54-281-0.
5. Стратегічний маркетинг для неприбуткових організацій / А. Андреасен, Ф. Котлер. – К. : УАМ. – 708 с. – ISBN 978-966-8537-87-5
6. Brenda Gainer, Mel. S. Moyer. Marketing for nonprofit managers. The Jossey Bass Handbook of nonprofit leadership and management. Second edition. Roberd D. Herman and Associates. Willey Imprint. 2011, chapter 12.
7. Patterson S.L., Radtke J.M. Strategic communications for nonprofit organizations. Seven steps to creating a successful plan, 2nd ed, 2009.
8. Peter C. Brinckerhoff. Mission-Based Management. Leading your not for profit in 21st century. Third Edition. Published by Johan Wiley&Sons Inc., Hoboken, New Jersey, 2009. 120 p.
9. Zimmer, Annette, 2010: Associations, Definitions and History, in: Anheier, Helmut K. Toepler, Stefan / List, Regina (Eds.): International Encyclopedia of Civil Society, New York: Springer, S. 40–47.
10. International Encyclopedia of Civil Society Editors: Anheier, Helmut K., Toepler, Stefan (Eds.), Mixed media product, 2009-12-16. – ISBN 978-0-387-93994-0. URL: https://www.researchgate.net/publication/272505578_International_Encyclopedia_of_Civil_Society.
11. Гаркавенко С.С. Маркетинг : підручник / Гаркавенко С.С. – Київ : Лібра, 2004. – 712 с. – ISBN 966-7035-41-7
12. Глибинні інтерв'ю протягом 2015, 2016 рр. з керівниками некомерційних організацій різних сфер впливу. Омнібус [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://epi.cc.ua/nekommercheskie-organizatsii-23150.html>

References

1. Pro Hromadski obiednannia : zakon Ukrainy vid 22 bereznia 2012 roku, № 4572-VI [Elektronnyi resurs]. – Rezhym dostupu : <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/4572-17>
2. European Governance. A White Paper. Commission of the European Communities. Brussels, 25.7.2001.com(2001)428 [Elektronnyi resurs]. – Rezhym dostupu : ec.europa.eu/governance/white_paper/en.pdf
3. Neprybutkovi orhanizatsii: osoblyvosti, reiestratsiia i osnovni umovy zdiisnennia diialnosti : lyst DFS vid 19.01.2017 № 1023/6/99-99-15-02-02-15 [Elektronnyi resurs]. – Rezhym dostupu : <http://www.xp.od.ua/ua/pres-tsentr/statti/902-neprybutkovi-orhanizatsiyi-osoblyvosti-reyestratsiya-i-osnovni-umovy-zdiysnennya-diyalnosti.html>
4. Pro stan rozvytku hromadianskoho suspilstva v Ukraini : analit. dopovid / [Iablonskyi V.M., Balakirieva O.M., Bondar T.V. ta in] ; za zah. red O.A. Korniievskoho. – K. : NISD, 2017. – 56 s. – ISBN 978-966-54-281-0.
5. Stratehichni marketynh dlia neprybutkovykh orhanizatsii / A. Andreasen, F. Kotler. – K. : UAM. – 708 s. – ISBN 978-966-8537-87-5
6. Brenda Gainer, Mel. S. Moyer. Marketing for nonprofit managers. The Jossey Bass Handbook of nonprofit leadership and management. Second edition. Roberd D. Herman and Associates. Willey Imprint. 2011, chapter 12.
7. Patterson S.L., Radtke J.M. Strategic communications for nonprofit organizations. Seven steps to creating a successful plan, 2nd ed, 2009.
8. Peter C. Brinckerhoff. Mission-Based Management. Leading your not for profit in 21st century. Third Edition. Published by Johan Wiley&Sons Inc., Hoboken, New Jersey, 2009. 120 p.
9. Zimmer, Annette, 2010: Associations, Definitions and History, in: Anheier, Helmut K. Toepler, Stefan / List, Regina (Eds.): International Encyclopedia of Civil Society, New York: Springer, S. 40–47.
10. International Encyclopedia of Civil Society Editors: Anheier, Helmut K., Toepler, Stefan (Eds.), Mixed media product, 2009-12-16. – ISBN 978-0-387-93994-0 [Elektronnyi resurs]. – Rezhym dostupu : https://www.researchgate.net/publication/272505578_International_Encyclopedia_of_Civil_Society.
11. Harkavenko S.S. Marketynh : pidruchnyk / Harkavenko S.S. – Kyiv : Libra, 2004. – 712 s. – ISBN 966-7035-41-7
12. Hlybynni interviu protiahom 2015, 2016 rr. z kerivnykamy nekomertsiiinykh orhanizatsii riznykh sfer vplyvu. Omnibus [Elektronnyi resurs]. – Rezhym dostupu : <http://epi.cc.ua/nekommercheskie-organizatsii-23150.html>

Рецензія/Peer review : 11.05.2018

Надрукована/Printed : 04.06.2018

Рецензент: прорецензовано редакційною колегією

УДК 631.152.2

КРОПИВКО М. М.

Національна академія аграрних наук України, м. Київ

ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ СТРАТЕГІЧНОГО УПРАВЛІННЯ РОЗВИТКОМ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ

Ведення сільськогосподарської діяльності у більшості суб'єктів аграрного бізнесу характеризується відсутністю спланованості дій для досягнення довго- і середньострокових задумів. При цьому одним з основних інструментів прийняття виважених управлінських рішень, які сприятимуть успішному досягненню економічних задумів з розвитку сільськогосподарських підприємств, є стратегічне планування їхньої господарської діяльності. Стаття присвячена розкриттю та поглибленню теоретичних засад управління розвитком сільськогосподарських підприємств шляхом застосування системи стратегічного планування, що дає змогу розробляти і використовувати інтегровану систему стратегічних планів. Обґрунтовано види стратегій сільськогосподарських підприємств та етапи їх реалізації залежно від стадії життєвого циклу ведення господарської діяльності.

Ключові слова: аграрна сфера, стратегічна діяльність, стратегія, планування, управління, сільськогосподарське підприємство.

KROPYVKO M.

National Academy of Agrarian Sciences of Ukraine, Kyiv

THEORETICAL BASES OF STRATEGIC MANAGEMENT OF DEVELOPMENT OF AGRICULTURAL ENTERPRISES

The conduct of agricultural activity in most subjects of agrarian business is characterized by the lack of action planning to achieve long- and medium-term plans. At the same time, one of the main tools for making sound management decisions that will contribute to the successful achievement of economic plans for the development of agricultural enterprises, is the strategic planning of their economic activity. The article is devoted to the disclosure and deepening of the theoretical basis for the management of the development of agricultural enterprises through the use of a strategic planning system that enables the development and use of an integrated system of strategic plans. The types of agricultural enterprises' strategies and stages of their realization, depending on the stage of life cycle of economic activity, have been substantiated.

Key words: agrarian sphere, strategic activity, strategy, planning, management, agricultural enterprise.

Постановка проблеми. Сучасне ведення діяльності сільськогосподарських підприємств у своїй більшості характеризується, насамперед, відсутністю спланованості дій для досягнення довго- і середньострокових задумів. Такі умови зумовлені як об'єктивними, так і суб'єктивними причинами, основними з яких є: відсутність необхідних знань і навичок, недостатні обсяги власних джерел фінансування, непослідовність, недосконалість і недостатність державної політики щодо розвитку малого і середнього агробізнесу, незрозуміння й несприйняття важливості об'єднання зусиль для спільної господарської діяльності і кооперації.

При цьому чи не єдиним інструментом прийняття виважених управлінських рішень, які сприятимуть успішному досягненню економічних задумів з розвитку сільськогосподарських підприємств, є стратегічне планування їхньої господарської діяльності. При стратегічному плануванні розвитку сільськогосподарських товаровиробників обмежені у виборі шляхів свого розвитку ступенем сприятливості навколишнього середовища, зокрема можливостями залучення різних джерел інвестування. Отже, основним завданням такого планування є забезпечення реалізації поставленої мети та визначених пріоритетів ведення господарської діяльності, шляхом реалізації стратегічних і поточних завдань розвитку суб'єктів аграрного бізнесу, а також узгодження інвестиційної діяльності з джерелами фінансування.

Аналіз останніх досліджень, у яких започатковано вирішення проблеми. Вирішення проблеми напрямів і шляхів розвитку організаційно-правових суб'єктів в аграрній сфері економіки були предметом наукових досліджень багатьох провідних вітчизняних учених-економістів, зокрема Бородіної О.М. [1], Губені Ю.Е. [2], Канівського М.П. [3], Радченка В.О. [3], Лупенка Ю.О. [8], Маліка М.Й. [10], Кропивка М.Ф. [8, 9, 12], Саблука П.Т. [5,12] та інших дослідників.

Разом з тим, незважаючи на наявність вагомим наукових напрацювань з досліджуваної проблематики, їх аналіз засвідчує необхідність розроблення відповідного науково-практичного інструментарію, який би надав можливість впровадження стратегічного планування на низовому рівні управління.

Мета статті – розкриття та поглиблення теоретичних засад стратегічного управління розвитком сільськогосподарських підприємств.

Виклад основного матеріалу. Стратегія будь якого суб'єкта господарювання складається із запланованих дій (спрямована стратегія) і необхідних поправок у разі виникнення непередбачених обставин (незаплановані стратегічні рішення). Підприємство повинно мати добре обґрунтовану стратегію дій, але необхідно також бути готовим адаптуватися до обставин, які можуть виникнути у майбутньому. При цьому,

процес трансформації ідеї, пов'язаної з подальшою господарською діяльністю, у стратегію досягається шляхом виконання п'яти основних етапів (рис. 1).

Першим етапом цього процесу є формування, розробка й аналіз ідеї стратегії розвитку сільськогосподарського підприємства. На цьому етапі необхідно оцінити обґрунтованість ідеї та можливість практичного її впровадження. На другому етапі визначаються та попередньо аналізуються наслідки впровадження запланованих дій. Третій етап циклу прийняття рішень щодо впровадження ідеї пов'язаний з аналізом ймовірних загроз і перешкод, які можуть призвести до невиконання запланованого. Після цього, враховуючи нестабільність у зовнішньому та внутрішньому середовищі сільськогосподарського підприємства, необхідно визначити основні напрями та можливості реалізації стратегії розвитку з врахуванням можливих змін.

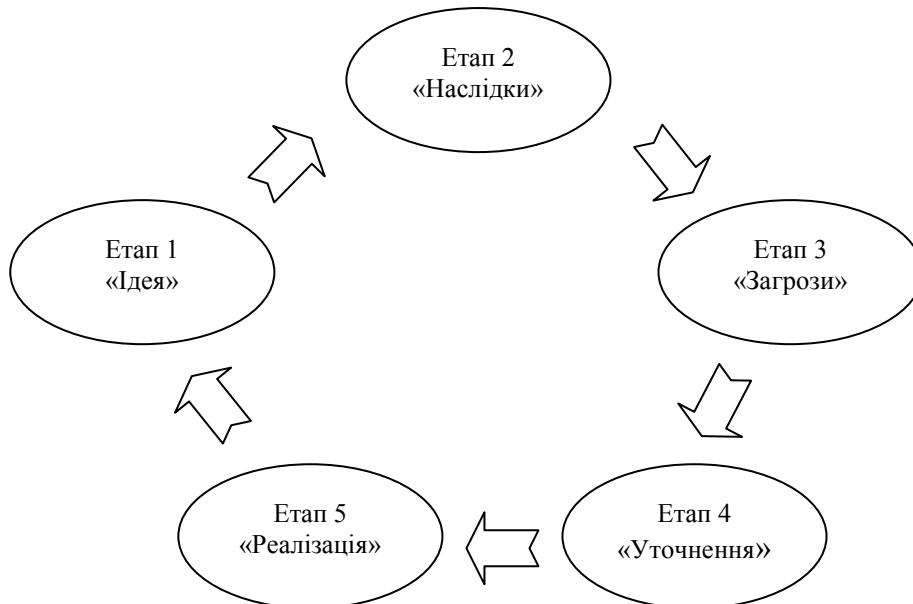


Рис. 1. Етапи розробки та впровадження стратегії розвитку сільськогосподарських підприємств
Джерело: сформовано автором

На основі набутого досвіду господарювання, а також результатів ситуаційного моделювання процесів, що розглядалися на попередніх етапах, необхідно здійснити остаточне оцінювання можливості впровадження такої стратегії у підприємстві. У подальшому відбувається аналіз нової ідеї, яка може виникнути у ході реалізації стратегії. Далі процес повторюється аж до припинення діяльності суб'єкта господарювання.

Разом з тим особливістю розробки та впровадження стратегій сільськогосподарського підприємства є їх поділ відповідно до теоретичної побудови життєвого циклу виробництва товару (господарської діяльності) за трьома основними групами. Так, за стадіями життєвого циклу ведення господарської діяльності можна умовно виділити стратегії зростання, утримання та скорочення [11, с. 291–298].

Стратегія зростання є характерною для новостворених або тих підприємств, які збільшують площу та обсяги виробництва сільськогосподарської продукції задля збільшення доходів. Така стратегія малого та середнього суб'єкта підприємницької діяльності має передбачати вибір цільових сегментів для посиленого інвестування та впровадження інновацій. До поширення серед сільськогосподарських підприємств доцільно рекомендувати стратегії зростання трьох різновидів:

1) інтенсивного зростання – підприємство збільшує обсяги виробництва сільськогосподарської продукції, розширює номенклатуру продукції та впроваджує у господарській діяльності інноваційні технології;

2) інтеграційного зростання – сільськогосподарські підприємства, фермерські та особисті селянські господарства об'єднуються з метою як збільшення обсягів виробництва, так і зменшення витрат, пов'язаних з веденням господарської діяльності;

3) диверсифікації – підприємство, виходячи з власних можливостей, розвиває кілька не пов'язаних один з одним видів виробництва, а також розширює асортимент виробленої продукції.

Стратегія утримання. Така стратегія характерна для сільськогосподарських підприємств, що досягли необхідного їм рівня розвитку і пов'язана з утриманням досягнутих позицій в аграрній діяльності, забезпеченням оновлення матеріально-технічної бази та інвестуванням привабливих проектів.

Стратегія скорочення. Згідно з таким підходом, сільськогосподарські підприємства направляють свої зусилля лише для забезпечення мінімально-необхідного обсягу виробництва сільськогосподарської продукції. Ця стратегія характерна для підприємств, діяльність яких перейшла у завершальну стадію життєвого циклу.

В цілому ж, вибір будь-якої стратегії пов'язаний із можливістю забезпечення запланованих дій необхідними ресурсами. Розроблення та реалізацію стратегій слід здійснювати поетапно, з поступовим наближенням до виконання запланованих дій, як відображено на рис. 2.

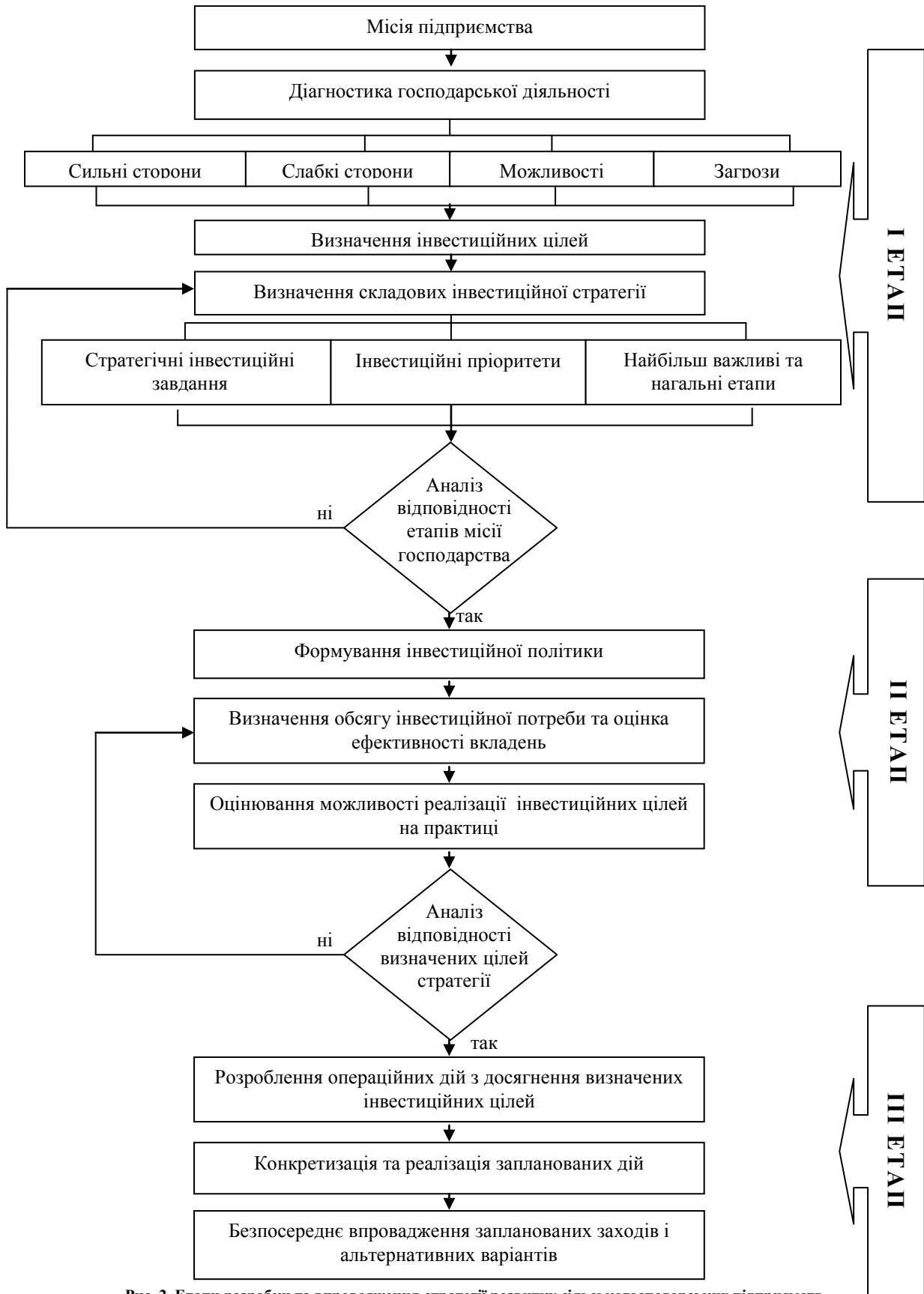


Рис. 2. Етапи розробки та впровадження стратегії розвитку сільськогосподарських підприємств
Джерело: сформовано автором.

На першому етапі визначається місія підприємства, здійснюється аналіз його внутрішнього та зовнішнього середовища, а також визначають стратегічні інвестиційні цілі.

На другому етапі розробки та впровадження стратегії розробляється інвестиційна політика сільськогосподарського підприємства з визначенням певних засад (принципів) і етапів, інструментів забезпечення інвестиційних ресурсів, а також плануванням та оцінкою майбутніх витрат і вигод.

На останньому етапі стратегії слід розробляти план поточного інвестування, де визначаються обсяги інвестицій в основний та оборотний капітал, які забезпечують реалізацію інвестиційної стратегії, виходячи з показників конкретних інвестиційних проектів. Розробка такого плану забезпечує поєднання стратегічних і поточних завдань розвитку підприємств, а також узгодження інвестиційної діяльності з джерелами фінансування.

Окрім того, на цьому етапі відбувається безпосереднє впровадження запланованих заходів, шляхом придбання техніки, технологій, реманенту, біологічних активів, будівництва споруд і приміщень тощо.

При розробці стратегії розвитку малих і середніх суб'єктів господарювання в аграрній сфері, необхідно дотримуватися таких принципів: планування повинне мати системний характер й орієнтуватися на досягнення загальної мети господарювання; у процесі розробки стратегічних планів необхідно враховувати думки і побажання усіх учасників ведення господарської діяльності; процес планування має забезпечуватися безперервно в рамках встановленого циклу, а розроблені плани мають змінювати або доповнювати один одного.

Під час розробки стратегії розвитку малих і середніх суб'єктів господарювання в аграрній сфері, необхідно дотримуватися таких принципів: планування повинне мати системний характер й орієнтуватися на досягнення загальної мети господарювання; у процесі розробки стратегічних планів необхідно враховувати думки і побажання усіх учасників ведення господарської діяльності; процес планування має забезпечуватися безперервно в рамках встановленого циклу, а розроблені плани мають змінювати або доповнювати один одного.

До того ж, розроблені плани слід коригувати у зв'язку з виникненням непередбачених обставин, тобто в них повинні бути закладені певні резерви, що дозволяють здійснювати необхідні зміни; плани повинні бути максимально конкретизовані та деталізовані у тому ступені, в якому це дозволяють зовнішні й внутрішні умови діяльності сільськогосподарських підприємств.

Враховуючи, що для розробки більшості типів стратегій необхідне володіння специфічними знаннями і ці стратегії спрямовані на підвищення високої доходності господарювання, найбільш прийнятною методикою визначення напрямів дій з побудови стратегії для сільськогосподарських підприємств є методика SWOT-аналізу. Особливість цієї методики полягає у можливості застосування її пересічним членом особистого селянського господарства, адже вона не потребує ані великої аналітичної бази даних, ані складної підготовки до впровадження.

Згідно з цією методикою спочатку необхідно провести всеохоплюючу діагностику сильних і слабких сторін діяльності господарства (Strengths and Weaknesses), а також можливостей його подальшого розвитку та загрози, які можуть призвести до невиконання обраного напрямку розвитку підприємства (Opportunities and Threats).

Так, сильними сторонами сільськогосподарського підприємства можуть бути: наявність порівняно великої земельної ділянки для ведення сільськогосподарської діяльності, розвинута внутрішньогосподарська меліоративна мережа, можливість вирощування домашньої птиці та бджіл, наявність саду плодкових насаджень й необхідної матеріально-технічної бази, вирощування городини, місце розташування тощо.

У той же час, слабкими сторонами може бути: відсутність кормів і кормової бази, залежність від залучення техніки для обробітку ґрунту зі сторони, недостатнє володіння специфічними знаннями у питаннях ведення господарської діяльності, необхідність понесення додаткових витрат, пов'язаних із придбанням насінневого матеріалу, молодяку худоби та отрутохімікатів, екстенсивний тип ведення господарської діяльності тощо.

Аналіз господарської діяльності за сильними і слабкими сторонами дозволяє зробити висновок щодо внутрішнього середовища сільськогосподарських підприємств. Однак, розробляючи стратегію розвитку, окрім внутрішнього, необхідно аналізувати й зовнішнє середовище. З цією метою важливо оцінити можливості збуту лишків виробленої продукції, рівень конкуренції правову захищеність тощо. На основі логічного аналізу цих факторів методика SWOT-аналізу дає змогу визначити напрями і складові будь-якої стратегії. Визначаючи їх, необхідно, по-перше, обрати варіанти, які співпали з врахуванням результатів діагностики думок усіх учасників реалізації задуму, а по-друге, враховувати усі варіанти проведеного аналізу, не зважаючи на те, чи слабкі це сторони чи сильні, загрози це або можливості.

Окрім можливостей, керівники повинні усвідомлювати й загрози, що можуть призвести до невиконання обраного напрямку розвитку, а саме: специфічні хвороби тварин і рослин, несприятливі кліматичні умови, збільшення собівартості виробництва, несвоєчасне або недостатнє зволоження землі та культур, посилення конкуренції на ринках збуту, частковий вихід з ладу матеріально-технічної бази господарств, крадіжки рослинницької й тваринницької продукції, розвиток інфляційних процесів в Україні тощо.

Формуючи стратегію розвитку господарства, слід визначати 1 стратегічне завдання, 1-2 стратегічні інвестиційні пріоритети і 3-4 найбільш важливих етапів реалізації цілей інвестиційної діяльності. При

цьому, плануючи розподіл фінансування, для досягнення стратегічного завдання окремими дослідниками пропонується виділяти близько 50% інвестицій, стратегічних інвестиційних пріоритетів – 25%, а для реалізації найбільш необхідних інвестиційних цілей – 10% загального обсягу інвестиційних ресурсів [13]. Окрім того, враховуючи можливі зміни та корегування у процесі впровадження стратегії розвитку, доцільно резервувати біля 15% інвестиційних ресурсів для вирішення поточних завдань.

Сучасна аграрна наука пропонує безліч методик та типових проектів бізнес-планів для розрахунків складових стратегій розвитку малих господарств, у т.ч. й селянських господарств. Так, через Інтернет та друковані публікації можна знайти методики розрахунків бізнес-планів: спорудження теплиць для вирощування овочів та квітів, розвиток виробництва розсади; придбання сільськогосподарської техніки, розвиток тваринницького напрямку через закупівлю молодняка ВРХ, свиней, кролів, індиків тощо, розширення обсягів виробництва нішевих сільськогосподарських культур, придбання вівцематок, збільшення кількості зерняткових насаджень на середньорослих прищепках, розширення асортименту іншої виробленої продукції, продукування соків, вина, медових та трав'яних настоек, кооперування з іншими господарствами тощо.

Орієнтуючись на них, можна розробити самостійно або з допомогою працівника інформаційно-консультаційної (дорадчої) служби інвестиційну стратегію розвитку сільськогосподарського підприємства.

Основні завдання сільськогосподарських дорадчих служб визначені прийнятим у 2004 році Законом України «Про сільськогосподарську дорадчу діяльність» [14]:

- підвищення рівня знань і удосконалення практичних навичок прибуткового ведення господарств суб'єктів господарювання, які здійснюють діяльність у сільській місцевості, та сільського населення в умовах ринкової економіки;

- надання суб'єктам господарювання, які здійснюють діяльність у сільській місцевості, та сільському населенню дорадчих послуг з питань економіки, технологій, управління, маркетингу, обліку, податків, права, екології тощо;

- надання дорадчих послуг органам виконавчої влади та органам місцевого самоврядування з питань підготовки та реалізації планів соціально-економічного розвитку, формування громадянського суспільства;

- поширення та впровадження у виробництво сучасних технологій, новітніх досягнень науки і техніки;

- сприяння розвитку несільськогосподарського підприємництва в сільській місцевості, у т.ч. сільського зеленого туризму, зайнятості сільського населення тощо;

- робота з сільською молоддю, ініціювання та реалізація молодіжних програм та інші завдання.

Законом визначені і основні методи дорадчої діяльності: навчання суб'єктів господарювання, які здійснюють діяльність у сільській місцевості та сільського населення; дослідження соціально-економічних проблем сільської місцевості та розробка варіантів їх розв'язання; демонстраційні покази форм і методів роботи суб'єктів господарювання, які здійснюють діяльність у сільській місцевості та сільського населення; інформаційне забезпечення суб'єктів господарювання, які здійснюють діяльність у сільській місцевості, сільського населення тощо.

Отже, методи дорадчої діяльності найбільш придатні і ефективні для ведення просвітницької і інформаційно-консультаційної роботи з сільськогосподарськими підприємствами. При цьому, для економічного обґрунтування порад використовується широкий арсенал методів діагностики проблем і обґрунтування господарських рішень – від простих методів економічного експрес-аналізу до методів інвестиційного проектування.

Економічний експрес-аналіз дозволяє за короткий проміжок часу за мінімуму даних досить об'єктивно провести діагностику проблеми, яка виникла перед керівником господарства і попередньо оцінити економічну ефективність ситуаційного рішення з її усунення. До методів економічного експрес-аналізу звичайно відносять:

- аналіз ефективності прийняття рішення на основі складання часткового бюджету для визначення зміни чистого доходу (приросту або зниження) в результаті запропонованих невеликих змін у системі господарювання, наприклад, заміни сільськогосподарської машини на більш продуктивну;

- аналіз та планування операційної діяльності господарства на основі результатів розрахунків із застосуванням методики визначення маржинального доходу (Gross Margin), яка базується на поділі виробничих витрат на постійні і змінні, наприклад визначення точки окупності інвестицій, обсягів беззбиткового виробництва окремих видів продукції розрахунку структури посівних площ тощо;

- аналіз фінансових показників підприємств, які ведуть облік витрат і доходів на основі складання балансу – аналіз витрат, грошових потоків, оцінювання фінансової стійкості тощо;

- SWOT-аналіз сильних і слабих сторін, можливостей та загроз для логічної діагностики проблеми (на основі знань та досвіду дорадника) для можливих шляхів вирішення проблеми;

- інші методи економічного аналізу, які не потребують багато часу на їх проведення.

Особливу увагу при консультуванні керівників сільськогосподарських підприємств слід приділити методам консультування з інвестиційної діяльності, так як інноваційно-інвестиційний розвиток організаційно-правових суб'єктів господарювання в аграрній сфері вимагає розроблення економічно обґрунтованих стратегій та бізнес-планів.

Висновки. Особливістю розробки та впровадження стратегій сільськогосподарського підприємств є їх поділ відповідно до теоретичної побудови життєвого циклу господарської діяльності. При цьому,

реалізацію стратегії необхідно здійснювати поетапно, дотримуючись наступних головних принципів: планування повинне мати системний характер й орієнтуватися на досягнення загальної мети господарювання; у процесі розробки стратегічних планів необхідно враховувати думки і побажання усіх учасників ведення господарської діяльності; процес планування має забезпечуватися безперервно в рамках встановленого циклу, а розроблені плани мають змінювати або доповнювати один одного.

Література

1. Бородіна О.М. Сільський розвиток в Україні: проблеми становлення / О. Бородіна, І. Прокопа // Економіка України. – 2009. – № 5. – С. 59–68.
2. Губені Ю.Е. Стратегічні напрямки розвитку сільського господарства України / Ю.Е. Губені // Економіка АПК. – 2006. – № 11. – С. 18–27.
3. Канівський М.П. Підвищення конкурентоспроможності сільськогосподарської продукції на основі маркетингу / М.П. Канівський // Економіка АПК. – 2009. – № 2. – С. 141–144.
4. Радченко В.О. Стратегічні напрями розвитку аграрного сектору економіки Криму / В.О. Радченко // Економіка АПК. – 2005. – № 3. – С. 10–13.
5. Саблук П.Т. Развитие сельского хозяйства Украины на современном этапе / П. Т. Саблук // Международный сельскохозяйственный журнал. – 2007. – № 1. – С. 33–39.
6. Третяк А. Стратегія аграрно-земельної політики України в умовах сучасної світової продовольчої кризи / А. Третяк // Землевпорядний вісник. – 2008. – № 5. – С. 4–15.
7. Чорний Г.М. До систематизації знань з аграрного менеджменту / Г.М. Чорний, М.П. Ястреб // Економіка АПК. – 2008. – № 6. – С. 132–135.
8. Підвищення конкурентоспроможності та соціальної спрямованості агропромислового виробництва на основі розвитку кластеру / [Кропивко М.Ф., Лупенко Ю.О., Малік М.Й. та ін.] ; за ред. М.Ф. Кропивка. – К. : ННЦ ІАЕ, 2013. – 46 с.
9. Удосконалення організації та управління сільським господарством в умовах децентралізації влади / науково-аналітичне видання / [за ред. М.Ф. Кропивка]. – К. : ННЦ ІАЕ, 2014. – 48 с.
10. Малік М.Й. Формування та розвиток кооперативних відносин в аграрній сфері економіки України / М.Й. Малік // Економіка АПК – 2014. – № 7. – (237). – 188 с.
11. Мочерний С.В. Економічна теорія : підручник / Мочерний С.В., Довбенко М.В. – К. : Видавничий центр “Академія”, 2004. – С. 733–852.
12. Управління комплексним розвитком агропромислового виробництва і сільських територій / [Саблук П. Т., Кропивко М. Ф., Булавка О. Г. та ін.] ; за ред. П. Т. Саблука, М. Ф. Кропивка. – К. : ННЦ ІАЕ, 2011. – 452 с.
13. Кропивко М.М. Сучасні підходи щодо планування інвестиційної діяльності малих і середніх підприємств агробізнесу / М.М. Кропивко // Фінанси підприємств в аграрному секторі економіки : матеріали III міжнародної науково-практичної конференції (у заочній формі) – К. : ННЦ «ІАЕ», 2012 – С. 136–140.
14. Про сільськогосподарську дорадчу діяльність : закон України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/1807-15>.

References

1. Borodina O.M. Silskyi rozvytok v Ukraini: problemy stanovlennia / O. Borodina, I. Prokopa // Ekonomika Ukrainy. – 2009. – № 5. – S. 59–68.
2. Hubeni Yu.E. Stratehichni napriamky rozvytku silskoho hospodarstva Ukrainy / Yu.E. Hubeni // Ekonomika APK. – 2006. – № 11. – S. 18–27.
3. Kanivskiy M.P. Pidvyshchennia konkurentospromozhnosti silskohospodarskoi produktsii na osnovi marketynhu / M.P. Kanivskiy // Ekonomika APK. – 2009. – № 2. – S. 141–144.
4. Radchenko V.O. Stratehichni napriamy rozvytku ahrarnoho sektoru ekonomiky Krymu / V.O. Radchenko // Ekonomika APK. – 2005. – № 3. – S. 10–13
5. Sabluk P.T. T. Razvytye selskoho khoziaistva Ukrainy na sovremennom etape / P. T. Sabluk // Mezhdunarodnyi selskokhoziaistvennyi zhurnal. – 2007. – № 1. – S. 33–39.
6. Tretiak A. Stratehiia ahrarno-zemelnoi polityky Ukrainy v umovakh suchasnoi svitovoi prodovolchoi kryzy / A. Tretiak // Zemlevporiadnyi visnyk. – 2008. – № 5. – S. 4–15.
7. Chomyi H.M. Do systematyzatsii znan z ahrarnoho menedzhmentu / H.M. Chomyi, M.P. Yastreb // Ekonomika APK. – 2008. – № 6. – S. 132–135.
8. Pidvyshchennia konkurentospromozhnosti ta sotsialnoi spriamovanosti ahropromysloвого vyrobnytstva na osnovi rozvytku klasteru / [Kropyvko M.F., Lupenko Yu.O., Malik M.I. ta in.] ; za red. M.F. Kropyvka. – K. : NNTs IAE, 2013. – 46 s.
9. Udoskonalennia orhanizatsii ta upravlinnia silskym hospodarstvom v umovakh detsentralizatsii vlady / naukovo-analitychne vydannia / [za red. M.F. Kropyvka]. – K. : NNTs IAE, 2014. – 48 s.
10. Malik M.I. Formuvannia ta rozvytok kooperatyvnykh vidnosyn v ahrarnii sferi ekonomiky Ukrainy / M.I. Malik // Ekonomika APK – 2014. – № 7. – (237). – 188 s.
11. Mochernyi S.V. Ekonomichna teoriia : pidruchnyk / Mochernyi S.V., Dovbenko M.V. – K. : Vydavnychiy tsentr “Akademiia”, 2004. – S. 733–852.
12. Upravlinnia kompleksnym rozvytkom ahropromysloвого vyrobnytstva i silskykh terytorii / [Sabluk P. T., Kropyvko M. F., Bulavka O. H. ta in.] ; za red. P. T. Sabluka, M. F. Kropyvka. – K. : NNTs IAE, 2011. – 452 s.
13. Kropyvko M.M. Suchasni pidkhody shchodo planuvannia investytsiinoi diialnosti malykh i serednykh pidpriemstv ahrobiznesu / M.M. Kropyvko // Finansy pidpriemstv v ahrarnomu sektori ekonomiky : materialy III mizhnarodnoi naukovo-praktychnoi konferentsii (u zaocnii formi) – K. : NNTs «IAE», 2012 – S. 136–140.
14. Pro silskohospodarsku doradchu diialnist : zakon Ukrainy [Elektronnyi resurs]. – Rezhym dostupu : <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/1807-15>.

Рецензія/Peer review : 21.05.2018

Надрукована/Printed : 03.06.2018

Рецензент: прорецензовано редакційною колегією

УДК: 65.12.265

САБАДИРЬОВА А. Л.
Одеський національний економічний університет

ІНТЕГРАЦІЯ НАУКОВИХ ПІДХОДІВ ДО СТРАТЕГІЧНОГО УПРАВЛІННЯ ПОТЕНЦІАЛОМ ПІДПРИЄМСТВА

Розглянуто наукові підходи до процесу стратегічного управління і механізми оцінювання капіталізації потенціалу підприємства. Визначені наукові підходи у розрізі механізмів оцінювання капіталізації потенціалу підприємств та інтеграція таких підходів, як плановий, структурний, вартісний, факторний, портфельно-орієнтований, інтеграційно-оціночний, організаційний, прогнозний, економічний, цільовий, стратегічний, експериментальний. З точки зору стратегічного підходу сформульовані цілі стратегії процесу оцінювання капіталізації потенціалу підприємств. Розкриті основні аспекти експериментального підходу до оцінювання капіталізації потенціалу підприємства в процесі стратегічного управління.

Ключові слова: управління, стратегія, капіталізація, потенціал, підприємство, механізм, система, процес.

SABADYRYOVA A.
Odessa National University of Economics

INTEGRATION OF SCIENTIFIC APPROACHES TO STRATEGIC MANAGEMENT OF THE ENTERPRISE'S POTENTIAL

The target of the article is an analysis of the integration of scientific approaches to the strategic management of the enterprise's potential in the system of capitalization assessment processes. The scientific approaches to the strategic management process and the mechanisms for assessing capitalization of the enterprise potential are considered. The actual sphere of modern researches of the strategic management process of the enterprise potential is considered in the article, when the development of new technological structures assumes the necessity of integrating scientific approaches in solving scientific and practical problems. This includes an analysis of the theoretical approaches to determining the mechanisms for assessing capitalization, presented as a system of processes of a complex capitalization process. On the basis of the strategic approach, the main objectives of assessing the capitalization of the enterprise's potential are formulated. We associate the mechanisms of assessing the capitalization of the enterprise's potential with the use of planned, normative, structural, cost, factor, portfolio-oriented, integration-evaluation, organizational, forecast, economic, targeted, strategic, experimental scientific approaches. Evaluation mechanisms under market conditions are successfully implemented taking into account the system methodology and, thus, form a system of processes for assessing the capitalization of the enterprise's potential. We will highlight: a strategic approach that allows us to formulate the mission and objectives of capitalization strategies of the enterprise's potential; an experimental approach in strategic management that provides unique opportunities for evaluating results in experiments and in future studies of the problem of the capitalization of the enterprise's potential.

Key words: management, strategy, capitalization, potential, enterprise, mechanism, system, process.

Постановка проблеми. Ключові тренди світової економіки сформували сучасні глобальні процеси. У масштабах світового господарства глобальні процеси протікають на диво потужно та реалізуються, як правило, в країнах з більш розвинутою економікою, в яких мають місце стабільні темпи розвитку нових технологічних укладів. Разом з тим, на думку офіційних осіб МВФ, в країнах Європи, Японії та Сполученому Королівстві окреслилася тенденція уповільнення процесу глобалізації. Для країн з розвинутою економікою прогнозується зростання в 2018 році на 2,4 відсотка, що на 0,1 процентного пункту вище, ніж у квітневому прогнозі зростання світової економіки, а також зберігається незмінним прогноз зростання економіки в цих країнах на 2,2 відсотка в 2019 р. Економіка України пов'язується з діловою активністю в ЄС та її відносна стабільність зберігатиметься. Підприємства в Україні намагаються адаптуватися до змін ринкової економіки і реалізовувати стратегії розвитку в умовах обмеженості ресурсів. Економіка вітчизняних підприємств цілком залежить від інвестицій, що забезпечують відтворювальний процес та особливого значення набуває стратегічне управління потенціалом підприємства для активного залучення інвестицій. Стратегічне управління пов'язується з людським потенціалом та ґрунтується на інтеграції наукових підходів до стратегічного управління. У процесі дослідження сучасних аспектів інтеграції наукових підходів у стратегічному управлінні особливої актуальності набуває аналіз і вдосконалення функціональних механізмів оцінювання капіталізації потенціалу підприємства, що застосовують в стратегічному менеджменті.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Проблеми вибору та використання наукових підходів до стратегічного управління підприємством в ринкових умовах відображені в багатьох наукових працях іноземних вчених: Аакера Д., Ансоффа І., Друкера П. Ф., Карлофа Б., Кінга У., Кліланда Д., Стрікланда А. Дж., Томпсона А. А. та інших. В реаліях стратегічного управління в постсоціалістичних країнах і, зокрема, в Україні, наукові дослідження виконували такі вчені: Бабич В. П., Берсуцький Я. Г., Гесць В. М., Герасимчук В. Г., Градов А. П., Гриньова В. М., Забродський В. А., Іванов Г. П., Ковальов А. І., Ковальчук К. Ф., Кузин Б. І., Лукінов І. І., Яковлев А. І. та ін. У своїх дослідженнях науковці удосконалили наукові підходи до стратегічного управління в ринковому середовищі та переконливо довели, що організації не можуть розвиватися і покращувати потенціал без стратегічної орієнтації в менеджменті. Проте,

дослідження наукових підходів до стратегічного управління потенціалом підприємства показало, що хоча вчені використовують наукові підходи в цій області знань, але їх інтеграції, тобто поєднання, взаємодія і взаємозв'язок, а також вибір наукових підходів, все-таки, залишається дискусійним питанням і вимагає подальшого аналізу в умовах ринкової економіки..

Формулювання цілі статті. Метою статті є аналіз інтеграції наукових підходів до стратегічного управління потенціалом підприємства в системі процесів оцінювання капіталізації.

Виклад основного матеріалу дослідження. Аналіз наукових підходів в теорії управління показав, що існують різні школи в області стратегічного управління потенціалом підприємства [1–4] і різні наукові підходи, їх взаємозв'язок і взаємодія. Обґрунтуванню наукових підходів до стратегічного управління потенціалом підприємства присвячені наукові праці; в цій галузі знань сформульовані системний, відтворювальний, функціональний, інноваційний, комплексний, процесний, структурний, нормативний, оптимізаційний, поведінковий, ділової та інші підходи. Інтеграція наукових підходів до стратегічного управління сукупними можливостями ресурсів суб'єктів господарювання пов'язується з удосконаленням теоретико-методичного забезпечення оцінювання потенціалу підприємства. З цієї точки зору автором зроблена спроба дослідження інтеграції наукових підходів до стратегічного управління потенціалом підприємства з метою теоретико-методичного забезпечення оцінювання капіталізації в ринкових умовах.

Капіталізація потенціалу підприємства оцінюється в стратегіях капіталізації для реалізації цілей в умовах ринкової економіки на основі поєднання, взаємозв'язку і впорядкування системного, процесного, організаційного, портфельний-орієнтованого, стратегічного, вартісного та інших підходів. Перш ніж перейти до інтеграції наукових підходів, звернемося до визначення капіталізації та методів її оцінювання. Відзначимо, що капіталізацію в економічній науці найбільш ретельно аналізували в своїх наукових працях вчені: А. І. Амоша, Н. Е. Брюховецька, І. П. Булеєв, В. М. Геєць, М. А. Козоріз, А. Г. Мочерний та ін. Подальші дослідження в цьому напрямку актуалізують інтеграцію наукових підходів до стратегічного управління в процесі оцінювання капіталізації потенціалу підприємства. В результаті капіталізації потенціалу підприємства цільовий прибуток збільшує капітал організації у відтворювальному процесі.

Капіталізація потенціалу підприємства збільшує можливості власного капіталу в стратегіях розвитку, а саме, створює таку вартість, що є здатною відтворювати капітал. Оцінка капіталізації потенціалу підприємства в системі процесів досліджується з урахуванням принципів системної методології, яку автор аналізує в роботі [5]. Інтеграція зближує і підсилює наукові підходи в системі процесів у розрізі механізмів оцінювання капіталізації потенціалу підприємства. В системі процесів задіяні механізми, які перетворюють «вхід» системи в «вихід»; визначають структуру методичного забезпечення оцінювання капіталізації потенціалу підприємства. Розглянемо дослідний, організаційно-методичний, оціночний, програмно-цільовий механізм та моделювання в процесі оцінювання капіталізації потенціалу підприємства.

Оціночний механізм складається з п'яти алгоритмів оцінювання капіталізації потенціалу підприємства, а саме алгоритмів по: плануванню потенціалу; оцінюванню структури потенціалу; оцінюванню коефіцієнтів капіталізації; вартісному оцінюванню капіталізації потенціалу; оцінюванню ефективності потенціалу. Кожен з цих алгоритмів має програмне забезпечення, що входить до методичного забезпечення оцінювання капіталізації потенціалу підприємства.

Планування потенціалу підприємства базується на плануванні маржинального прибутку підприємства в стратегії управління і планування прибутком в умовах ринкової економіки. Збільшення капіталу підприємства на засадах планування маржинального прибутку визначається через вартість потенціалу підприємства в процесі капіталізації. Оцінювання структури потенціалу підприємства виконується по принципу декомпозиції в системі показників визначення структурних видів потенціалу (потенціалу ресурсів, організаційного, інноваційного, управлінського, виробничого та ін.). Оцінювання коефіцієнту капіталізації виконується за умовами дохідного використання потенціалу підприємства на базі принципів очікування; заміщення; попиту і пропозиції. Суть коефіцієнтів капіталізації потенціалу підприємства полягає в інтеграції процесів одержання доходу на капітал та відшкодування капіталу власника. Така інтеграція лежить в основі методу капіталізації, що застосовується, коли майбутні чисті доходи (грошові потоки) наближаються до поточних і темпи їх зростання контролюються. Вартісне оцінювання потенціалу підприємства засновано на вартісному підході по критерію ринкової вартості; на методах оцінювання, що ґрунтуються на витратному, ринковому та доходному підходах. Виокремимо, що оцінювання ефективності потенціалу підприємства в умовах ринкової економіки виконується з урахуванням факторного підходу, визначеного В. І. Осиповим [6]; надає приріст результативного показника капіталізації в стратегічній поведінці підприємства.

Загалом визначимо, що оціночний механізм капіталізації потенціалу підприємства інтегрує плановий, нормативний, структурний, вартісний і факторний наукові підходи до управління, що здійснюються в стратегічному процесі. А також, в оціночному механізмі використовуються витратний, ринковий і доходний теоретико-методичний підхід і відповідні методики визначення економічних показників. Оціночний механізм необхідно розглядати як програму обчислення вартості капіталізації в сфері стратегічного управління потенціалом підприємства, призначену для менеджерів в сучасних ринкових умовах.

В організаційно-методичному механізмі оцінювання капіталізації потенціалу підприємства використаний портфельно-орієнтований підхід, а також інтеграційно-оціночний та організаційний підхід, що були апробовані на підставі блок-схеми економічного діагностування [7]. Варта уваги доцільність організаційного підходу в аналізі стратегічних рішень; у розробці, адаптації, впровадженні стратегії капіталізації, організаційної стратегії потенціалу та ін. Цей механізм реалізується у розв'язанні задачі оптимального розподілу потенціалу підприємства в процесі оцінювання капіталізації. Її модель має прикладний характер, зорієнтована на визначення ефекту організаційної структури потенціалу в процесі оцінювання капіталізації.

Рух потенціалу підприємства в процесі капіталізації прогнозують в дослідницькому механізмі системи процесів через прогноз індикаторів у розрізі сценаріїв розвитку потенціалу з метою подолання підприємством негативних тенденцій. Такий прогноз виконується з урахуванням прогнозного підходу в пакеті «STATISTICA», де обирають: а) кращі рівні автокореляції, інтегрованості і ковзної середньої для отримання найкращої моделі; б) критерії якості у виді найменших значень помилок прогнозу в стратегічному управлінні. Прогноз індикаторів потенціалу підприємства дає порівняльну характеристику сценаріїв його розвитку. Дослідницький механізм має бути представлений прогноною моделлю і вирішувати завдання прогнозування індикаторів потенціалу підприємства в процесі оцінювання капіталізації. Такий дослідницький механізм має прикладний аспект в процесі інформаційного забезпечення стратегічного управління в діяльності керівників, менеджерів, що приймають стратегічні рішення.

Стратегічне управління в сучасній економічній науці є неймовірним без активного використання інструментів планування основних стратегічних процесів, найважливішим з яких є оцінювання капіталізації потенціалу підприємства. Стратегічне планування в програмно-цільовому механізмі оцінювання капіталізації потенціалу підприємства націлює на прибутковість і приваблює інвесторів. У програмно-цільовому механізмі реалізується економічний підхід до оцінювання капіталізації потенціалу підприємства в процесі стратегічного планування. На думку А. І. Ковальова, зв'язок між стратегією розвитку і періодами життєвого циклу потенціалу підприємства має важливе значення для ефективного управління. «Основна його передумова в тому, що підприємства без стратегічної орієнтації в сфері лідерства, диференціації продукту і особливостей ринку – не зможуть розвиватися і вижити» [7]. Програмно-цільовий механізм оцінювання капіталізації потенціалу підприємства надає процес планування у вигляді стратегії з цільовим ефектом і програмою з максимальним прибутком в умовах обмеження ресурсів. При цьому відзначимо, що ця стратегія і програма визначаються на базі цільового підходу; цільова модель програми відрізняє планове завдання максимізації прибутку від інших завдань програмування. Обмеження, які накладають на елементи рішення задачі, мають вигляд лінійних рівностей і нерівностей. Прикладний аспект планування розглядається у вигляді стратегії і програми на стадіях життєвого циклу потенціалу підприємства, демонструють плановий ефект.

Процес моделювання перебігає в системі процесів оцінювання капіталізації потенціалу підприємства через механізм моделювання. Цей механізм розв'язує задачі контролінгу, максимізує вигідні планові параметри потенціалу підприємства; дозволяє визначити прогнозні сценарії розвитку потенціалу підприємства; забезпечує оптимальний розподіл потенціалу підприємства в стратегіях капіталізації. Механізм моделювання має теоретичний і прикладний аспект. Теоретичний аспект формується шляхом інтеграції наукових підходів до стратегічного управління потенціалом підприємства. Прикладний аспект механізму моделювання визначається у вигляді програмного забезпечення розв'язання задач в процесі оцінювання капіталізації потенціалу підприємства, електронних інструментів оцінювання та інформаційного забезпечення сфери стратегічного управління.

У сфері стратегічного управління потенціалом підприємства засадничим має бути стратегічний підхід до оцінювання процесу капіталізації, що ґрунтується на місії та цілях таких стратегій: а) стратегії моніторингу потенціалу підприємства через оціночний механізм його капіталізації (місією стратегії проведення моніторингу є побудова системи, заснованої на аналізі видів, завдань моніторингу, а також систематичному відстеженні змін зовнішнього середовища); б) стратегії реструктуризації потенціалу підприємства через організаційний механізм оцінювання процесу капіталізації (місією стратегії реструктуризації є вдосконалення організаційної структури та підвищення конкурентоспроможності потенціалу підприємства); в) стратегії оновлення через дослідницький механізм оцінювання процесу капіталізації (місією стратегії оновлення є поглиблений аналіз і прогноз на основі методичного забезпечення потенціалу підприємства); г) стратегії максимізації найвигідніших параметрів через програмно-цільовий механізм оцінювання процесу капіталізації (місією стратегії максимізації є оптимальний розподіл та розвиток потенціалу підприємства); д) стратегія когнітивного обчислення капіталізації потенціалу підприємства через механізм моделювання (місією стратегії є формулювання та реалізація експериментального методичного забезпечення когнітивного обчислення (cognitive computing) потенціалу підприємства).

У стратегічному управлінні заслугоує на увагу вивчення експериментального підходу, завдяки якому можна активно втручатися в процеси оцінювання капіталізації потенціалом підприємства в сучасних умовах ринкової економіки. Експериментальний підхід заснований в експериментальній економіці та надає

унікальні можливості реалізації механізмів оцінювання капіталізації потенціалу підприємства в лабораторному середовищі; виявляє і усуває незбалансований й малоефективний для експерименту потенціал. Спостереження за економічним експериментом щодо оцінювання капіталізації потенціалу підприємства мають головну мету вдосконалення методичного забезпечення в системі процесів, яку аналізуємо. В цілях апробації був проведений експеримент, в якому оцінювалася вартість капіталізації потенціалу на прикладі транснаціональної компанії. Результати експерименту показали, що експериментатор на основі креативного, проектного та практичного мислення може створювати експериментальні майданчики для імітації механізмів оцінювання капіталізації потенціалу підприємства. В експерименті ми прийшли до висновку, що ключовим фактором в організації стала людина як генератор ідей, як автор концепцій і як організатор самого експерименту.

Висновки. Отже, враховуючи зазначене, можна констатувати, що наукові підходи до стратегічного управління потенціалом підприємства можна активно інтегрувати в механізмах оцінювання капіталізації. Такі механізми в умовах ринку успішно реалізуються з урахуванням системної методології і, тим самим, утворюють систему процесів оцінювання капіталізації потенціалу підприємства. Дію механізмів оцінювання капіталізації потенціалу підприємства ми пов'язуємо із застосуванням планового, нормативного, структурного, вартісного, факторного, портфельний-орієнтованого, інтеграційно-оцінного, організаційного, прогностичного, економічного, цільового, стратегічного, експериментального наукових підходів. Виокремимо стратегічний підхід, який надає можливість сформулювати місію і цілі стратегії капіталізації потенціалу підприємства, та експериментальний підхід у стратегічному управлінні, що надає унікальні можливості з оцінювання результатів в експериментах і в майбутніх дослідженнях проблеми капіталізації потенціалу підприємства.

Література

1. Аакер Д. Стратегическое рыночное управление / Д. Аакер ; [пер. с англ. С. Г. Божук]. – 7-е изд. – СПб : Питер, 2007. – 496 с.
2. Ансофф И. Стратегическое управление / И. Ансофф. – М. : Экономика, 1989. – 519 с.
3. Наливайко А. П. Теорія стратегії підприємства. Сучасний стан та напрямки розвитку : [монографія] / А. П. Наливайко. – К. : КНЕУ, 2001. – 227 с.
4. Воронкова А. Э. Стратегическое управление конкурентоспособным потенциалом предприятия: диагностика и организация : [монографія] / А. Э. Воронкова. – Луганск : Изд-во Восточного украинского национального университета имени Владимира Даля, 2004. – 320 с.
5. Сабадирьова А. Л. Капіталізація потенціалу підприємства / А. Л. Сабадирьова // Механізм регулювання економіки: Міжнародний науковий журнал. – 2017. – № 1. – С. 48–59.
6. Осипов В. І. Ефективність реструктурованих господарських систем: проблеми і фактори підвищення : монографія / за ред. В. І. Осипова. – Одеса : Атлант, 2008. – 362 с.
7. Ковалев А. И. Управление реструктуризацией предприятия : монографія. – Киев : АВРИО, 2006. – 368 с.

References

1. Aaker, D. Strategicheskoe rynochnoe upravlenie [Strategic market management]. St. Petersburg: Piter, 2007, 496 p.
2. Ansoff, I. Strategicheskoe upravlenie [Strategic management]. Moscow: Ekonomika, 1989, 519 p.
3. Nalyvaiko, A. P. Teoria strategic pidpriemstva. Suchasnyi stan ta napriamky rozvytku [The theory of business strategy. Current state and trends of development]. Kyiv: KNEU, 2001, 227 p.
4. Voronkova, A. E. Strategicheskoe upravlenie konkurentosposobnym potentsialom predpriatia: diagnostika i organizatsia [Strategic management of competitive potential of the enterprise: Diagnosis and organization]. Lugansk: VNU imeni Vladimira Dalia, 2004, 320 p.
5. Sabadyreva A. L. Capitalization of enterprise potential [Mechanism of regulation of economy: International scientific journal]. Sumy, 2017, №1, 48-59 p.
6. Osipov V. I. «Effectiveness restructured economic system: problems and ways to increase» [Effectivnist restrukturovanykh gospodarskykh system: problemy ta faktori]. Atlant, Odesa, 2008, 362 p.
7. Kovalev A. I., «Management enterprise restructuring» [Upravlenie restryktyrizathey predpriatia]. AVRIO, Kyiv, 2006, 368 p.

Рецензія/Peer review : 14.05.2018

Надрукована/Printed : 05.06.2018

Рецензент: д. е. н., проф. Янковий О. Г.

УДК 338.2:65.01

САГАЙДАК М. П.,
ТЕПЛЮК М. А.

ДВНЗ «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана»

АДАПТИВНІСТЬ ВІТЧИЗНЯНИХ ПІДПРИЄМСТВ ДО УМОВ ЧЕТВЕРТОЇ ПРОМИСЛОВОЇ РЕВОЛЮЦІЇ

Стаття присвячена ідентифікації факторів розвитку вітчизняних підприємств та їх адаптивності до умов четвертої промислової революції. У статті визначені основні передумови формування інформаційного суспільства, що позначають появу глобальної інформаційної цивілізації та формування суспільства, заснованого на знаннях. Проаналізовано глобальні тенденції та перехідні процеси промислового виробництва в Україні до нових моделей організаційно-технологічного перетворення виробничих процесів за умов четвертої промислової революції. Розглянуто основні тенденції розвитку сучасної економіки, що сформовані мережевою взаємодією учасників процесу створення споживчої цінності, а також охарактеризовано ключові концептуальні ознаки четвертої промислової революції. Систематизовано фактори розвитку підприємств в умовах Industry 4.0. Отримані результати можуть бути використані суб'єктами господарювання, що планують впроваджувати діджитал-платформу.

Ключові слова: четверта промислова революція, адаптивність, адаптація, динамічні здатності, інформаційне суспільство, глобалізація, діджиталізація, мережева взаємодія, детермінанти розвитку сучасної економіки.

SAHAIDAK M.,
TEPLIUK M.

SHEE «Kyiv national economic university named after Vadym Hetman»

ADAPTIVITY OF DOMESTIC ENTERPRISES TO THE CONDITIONS OF THE FOURTH INDUSTRIAL REVOLUTION

The main purpose of this paper devoted to studying economic factors of industrial production and development in the framework of concept Industry 4.0. The article sets out the basic concepts of globalization and information society, that mark the emergence of the global information civilization and the formation of the society based on knowledge. The authors have analyzed global trends and industrial production transition practices in Ukraine to the new models of organizational and technological transformation of production processes. The article considers the main tendencies in the development of modern economy that are shaped by networked economy and implementation of the «fourth industrial revolution». The article analyzes and systematizes the existing material which covers various aspects of the key trend of enterprise within of Industry 4.0. The economic factors of the development of enterprises under the conditions of Industry 4.0 are systematized. It shows the essence of the paradigm shifts in economy, that respond to the trend to globalization and setting up the information society, especially to the impact of the fourth industrial revolution. Based on the results of strengths, weaknesses, opportunities and threats analysis, the most significant economic factors of industrial production development in Ukraine have been found out. The authors have noted increased productivity and profitability of production and the rise of collaboration effectiveness between the economic entities. Such factors as the need to develop a new type of intellectual value chain, production of individual and customized goods with reasonable prices and use of learning factories have specific meaning in the framework of this problem. However, in the context of the Ukraine industrial policy within of Industry 4.0, certain systemic economic factors that could have a negative impact on the development of priority sectors of industry have been identified. The results obtained can be used by business entities implementing the decoded platform.

Key words: the fourth industrial revolution, adaptability, adaptation, dynamic ability, information society, globalization, decency, network interaction, determinants of development of modern economy.

Постановка проблеми. Одним із найважливіших завдань сучасної української економіки є забезпечення прибутковості вітчизняних підприємств шляхом підвищення конкурентоспроможності пропонованої ними продукції та послуг, що, в свою чергу, зумовлює необхідність здійснення конкретних кроків, пов'язаних з покращенням ефективності використання наявних, а в деяких випадках обмежених, ресурсів підприємства, підвищення продуктивності праці, розвитку вітчизняного виробництва на основі новітніх науково-технічних розробок. Безперечно, все вище зазначене, повинно виконуватись з урахуванням висхідних глобальних тенденцій розвитку підприємництва. Це актуалізує проблематику проведеного дослідження щодо ідентифікації ключових факторів розвитку вітчизняних підприємств та їх адаптивності до умов четвертої промислової революції.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Теоретичне обґрунтування та окреслення кола піднятих питань, що підлягають опрацюванню в розрізі досліджуваної проблематики, знайшли відображення у працях закордонних і вітчизняних вчених: Герберта П., Вальднера М., Лоренца М., Руссмана М. [1], Арльберга М., Крейцера С., Моеллера К., Сміта Дж. [3], Стока Т. і Селігера Г. [4], Демартіні М., Лоло А., Тесла К. та Тонеллі Ф. [5], Шваба К. [9], Фролова В., Каміщенко Д., Ковилькіна Д., Попової Я., Павлової А. [2], Чуйко К. [7], Шаравари О. [8], Ячменьової В. [10] та ін. Враховуючи фундаментальні наукові здобутки вказаних науковців, варто зазначити наявність ряду фрагментарних результатів дослідження в розрізі ідентифікації ключових факторів розвитку вітчизняних підприємств та їх адаптивності до умов четвертої промислової революції. Актуальність окреслених питань і невирішеність ряду полемічних аспектів зумовили вибір тематики дослідження.

Метою статті є визначення критеріїв ідентифікації ключових факторів розвитку вітчизняних підприємств та їх адаптивності до умов четвертої промислової революції.

Виклад основного матеріалу дослідження. Аналіз літературних джерел дозволяє дійти висновку, що при імplementації основних засад четвертої промислової революції в діяльність вітчизняних підприємств застосовується термін «адаптація». Більшість науковців під цим терміном пропонують розуміти процес, зокрема процес пристосування підприємства до нових, невизначених умов зовнішнього середовища, до нестабільного ринкового середовища, до ринкової кон'юнктури, до зміни параметрів системи у відповідь на дії зовнішніх і внутрішніх чинників тощо. Узагальнюючи різні наукові погляди, Ячменьова В. резюмує, що адаптація як процес орієнтована на будь-що, що не може бути постійною величиною і змінюється в просторі та часі [10].

Розглядаючи підприємство як систему відкритого типу, процесом можна вважати систематично організовані дії з використанням ресурсів для перетворення того, що надходить на «вхід», а у кінцевому результаті – на «вихід» [6]. Отже, у широкому розумінні процес – це стійка, цілеспрямована сукупність взаємопов'язаних видів діяльності, яка за певною технологією перетворює ресурси у складові споживчої цінності. Результатом ефективного управління процесом є те, що кожен його учасник чітко уявляє поставлену перед ним задачу, знає свою роль і місце та ефективно виконує певні дії, які дозволяють досягти поставленої мети. За такого підходу управління діяльністю підприємства дозволяє ефективно оптимізувати та здійснювати керуючий вплив на ресурси, і на виході отримувати необхідний результат.

В контексті глобалізаційних змін і умов четвертої промислової революції перманентна адаптація підприємства до середовища не сприятиме його розвитку. На противагу адаптації, поняття «адаптивність» науковці трактують як здатність або здібність (властивість) підприємства як економічної системи до самозбереження, структурної перебудови чи перетворення в умовах нестабільності. Адаптивність – це, по-перше, властивість, необхідна для визначення критеріїв зміни середовища; по-друге, реакція, необхідна для встановлення причин змін; по-третє, здатність, необхідна для визначення характеру поточних змін і забезпечення економічної стійкості діяльності підприємства; по-четверте, характеристика, необхідна для визначення характеру та ступеня структурних змін [10]. Отже, адаптивність є реакцією підприємства на зміни середовища за рахунок організаційної, структурної, ресурсної, комунікаційної перебудови, що врешті створює основу економічної стійкості діяльності підприємства і подальшого його розвитку. В такому аспекті адаптивність підприємства до змін доцільно розглядати з функціональної, структурної і поведінкової компонент. Функціональна компонента адаптивності характеризує безперервність руху капіталу підприємства у напрямі самозростання його вартості, а також забезпечення стійких конкурентних переваг в стратегічній перспективі за умов прискорення ринкових змін. Структурна компонента адаптивності пов'язана з багаторівневими економічними відносинами між стейкхолдерами, що складаються в процесі функціонування підприємства. Звідси, поведінкова компонента адаптивності передбачає стратегічну взаємодію бізнес-структур у їх сукупності, а саме внутрішньо- і міжфірмових відносин та макроекономічних параметрів [7]. При цьому не слід забувати про категорію довіри, яка є досить дієвим способом підвищення ефективності діяльності підприємства. В сучасних умовах господарювання довіра взагалі розглядається як новий рівень реалізації відносин, відносин між партнерами, відносин між найманими працівниками і роботодавцями тощо. Саме відносини довіри виступають стимулом розвитку і підвищення ефективності роботи підприємства за умов четвертої промислової революції.

З урахуванням зазначеного, ми дотримуємось тієї точки зору, що підприємство не може і не повинно постійно адаптуватись до змін ринкового середовища та пристосовуватись до ринкових дій основних конкурентів. Кожне підприємство володіє певним унікальним набором ресурсів, організаційних здібностей та динамічних здатностей, які не в змозі відтворити будь-яке інше підприємство. Саме тому менеджмент вітчизняних підприємств повинен усвідомити, що не доцільно ні з економічної, ні з соціальної точок зору постійно адаптуватись до умов ринку, а використовувати можливості зміни зовнішнього середовища для подальшого розвитку підприємства.

У сучасних умовах функціонування та динамічного розвитку, бізнес-середовище характеризується залученням інтелектуальних ресурсів, які є основою інноваційної підприємницької діяльності. В умовах глобалізаційних процесів пріоритетним завданням для інноваційного розвитку бізнесу є вектор, так званого, промислового прориву. Тобто ефективне функціонування суб'єктів ринкових відносин можливе за рахунок ідентифікації ключових факторів розвитку підприємств в сучасних умовах. Доцільно відзначити, що четверта промислова революція, або Industry 4.0, характеризує процеси на підприємстві, як ланцюжок «організація – виробництво – розподіл – споживання – утилізація – повторна переробка», взаємодія між складовими якого базується на засадах використання взаємодії людини, пристроїв та технологій, і передбачає подолання бар'єрів між людиною і машиною та одночасно їх інтеграцію. Тобто формується модель «розумного» виробництва, де комп'ютеризовані системи контролюють фізичні процеси та здатні приймати децентралізовані управлінські рішення, засновані на принципах і механізмах самоорганізації [9]. Використання новітніх технологій в організації такої взаємодії дозволяє економити ресурси, зокрема час, мінімізувати операційні витрати, диверсифікувати виробництво товарів чи послуг на основі ускладнення людських потреб та масової індивідуалізації пропозиції. Також характерними ознаками Індустрії 4.0 є

формування інформаційного суспільства; реформування системи освіти і вихід її на принципово новий рівень; прискорення процесів злиття і поглинання компаній; широке використання штучного інтелекту; екологізація виробництва, зокрема його еколого-орієнтований розвиток та впровадження концепції виробництва «без людей». В цьому аспекті, для досягнення конкурентних переваг в динамічному ринковому середовищі, вітчизняним підприємствам доцільно не адаптуватись до нього, а ефективно використовувати, так звані, ресурсні асиметрії. Під ресурсними асиметріями ми пропонуємо розуміти диспропорції унікальних ресурсних комбінацій, що сприяють формуванню стійких конкурентних переваг підприємства на галузевому ринку у певний проміжок часу. Ресурсними асиметріями можна вважати рідкісні конкурентні ресурси (активи підприємства, здатності, знання та професійні навички персоналу, організаційні процеси та інші відмітні характеристики підприємства), яких не мають інші підприємства та які неможливо скопіювати навіть при правильному розподілі витрат. Отже, ключовими ресурсами, що можуть забезпечити конкурентні переваги підприємству, окрім матеріальних, є інтелектуальні, яких не мають інші підприємства.

Інтелектуальні ресурсні асиметрії, на нашу думку, дозволяють використовувати можливості турбулентного середовища для створення унікальних ресурсних комбінацій, які сприятимуть формуванню стійких конкурентних переваг підприємства. При цьому особливої актуальності набуває питання: як ресурсну асиметрію трансформувати в унікальну конкурентну перевагу за умов четвертої промислової революції? Відповідь на це питання знаходиться в площині ресурсного забезпечення господарської діяльності підприємства, що дозволяє ефективно використати динамічні можливості, створювати інноваційні комбінації залежно від вагомості та значущості елементів ресурсного портфеля і відповідати стратегічним цілям підприємства в контексті четвертої промислової революції.

Очевидним є те, що ресурси, які створюють інноваційні інтелектуальні продукти для забезпечення конкурентних переваг вітчизняного підприємства, стають його інтелектуальними ресурсами. Саме інтелектуальні ресурси у поєднанні із матеріальними ресурсами набувають вирішального значення для забезпечення конкурентних переваг підприємств у довгостроковій перспективі завдяки своїм унікальним властивостям. Напевне тому одним із найбільш прибуткових напрямів діяльності розвинених країн є саме експорт знань у вигляді технологій, програмного забезпечення, винаходів та інших інтелектуальних продуктів.

Прикладом імплементації ключових аспектів Industry 4.0 є Німеччина, яка з метою створення послідовної політики та підтримки промислової конкурентоспроможності країни, запровадила використання на міжнародному рівні інтернет речей (IOT), Інтернет-послуг, промисловий Інтернет, розширене виробництво та концепцію *Smart Factory*. Успішна діджиталізація зумовила ряд переваг, які пов'язані з підвищенням продуктивності, зростанням доходів, конкурентоспроможністю тощо. Німецький уряд започаткував адаптивну платформу *Industry 4.0*, яка розгалужена на п'ять зон, а саме: довідкова архітектура; стандартизація; дослідження та інновації; безпека мережевих систем; правове середовище; освіта та навчання [2].

Грунтуючись на науковому доробку зарубіжних науковців проаналізуємо внутрішні та зовнішні фактори розвитку вітчизняних підприємств в умовах Industry 4.0. Ідентифікація ключових факторів розвитку вітчизняних підприємств в умовах четвертої промислової революції наведена на рис. 1.

Дослідження факторів, які впливають на розвиток вітчизняних суб'єктів господарювання, є одним з найбільш актуальних питань сучасної економічної науки. В умовах Industry 4.0 значний вплив на господарську діяльність вітчизняних підприємств здійснюють не лише ресурсні фактори, а й соціальні, технологічні, екологічні, політичні тощо. Враховуючи турбулентні зміни ринкового середовища та інноваційний прорив провідних країн світу, все більше ускладнюються процеси централізованого управління підприємством, що зміщує акценти у бік процесу прийняття управлінських рішень децентралізовано. Оскільки сучасне ринкове середовище відкриває величезну кількість можливостей, процеси прийняття управлінських рішень стають дедалі складнішими, зокрема внаслідок величезної кількості альтернатив та неузгоджених цілей і дій. До факторів, які є найбільш важливими для розвитку вітчизняних підприємств у мовах Industry 4.0, слід віднести добір та постійне навчання персоналу; становлення та відношення підприємств до процесів діджиталізації; ускладнення виробничих процесів; автоматизація виробництва; нові цифрові моделі ринку та мережа відносин між стейкхолдерами; результативність процесу прийняття управлінських рішень тощо [3].

Враховуючи одержані результати дослідження, можна вважати, що розвиток вітчизняних підприємств в умовах Industry 4.0. повинен відбуватись послідовно і збалансовано, з дотриманням інтересів усіх стейкхолдерів підприємства та державних інституцій. На державному рівні необхідно, у першу чергу, урегулювати інтереси суб'єктів господарювання, визначивши пріоритети інноваційно-інвестиційної діяльності у стратегічно важливих сферах економіки країни та регулярно відслідковувати і аналізувати реалізацію комплексної стратегії розвитку вітчизняної промисловості у межах концепції Industry 4.0. На рівні споживачів, по-перше, має бути досягнуте більш швидке перетворення запитів споживачів на індивідуальний продукт за допомогою сучасних технологій Industry 4.0, по-друге, підприємство повинно підготувати споживача до використання інноваційних продуктів, підвищивши рівень обізнаності, грамотності та культури споживання [4]. На рівні усіх інших стейкхолдерів має бути забезпечений

прийнятний рівень прибутковості діяльності підприємства і розроблена та обґрунтована стратегія його діджиталізації і подальшого розвитку на довготривалу перспективу. Результатом зазначених заходів має бути послідовний перерозподіл ресурсів і, як наслідок, взаємопов'язаний інноваційний розвиток галузевих структур, зміцнення конкурентоспроможності та рівномірності промислового розвитку підприємств різних форм власності. При цьому слід акцентувати увагу на тому, що за умов четвертої промислової революції, знання та досвід людей залишаються стратегічними ресурсами підприємства і трансформуються у кінцевий продукт виробництва. Отже, інтелектуальні ресурси відіграють значну роль у розвитку підприємства, саме вони стають драйверами збільшення кількості інноваційно-активних малих підприємств, зокрема й за рахунок появи і розвитку нових форм підприємництва (фрілансинг, пульсуючі організації тощо). Основні зусилля відповідних підприємств повинні бути у т.ч. спрямовані на розвиток сфери нематеріального виробництва, тобто на третинний (сектор послуг) та четвертинний (розвиток нових технологій) сектори економіки [5]. Адже винаходи останніх років свідчать про те, що основою нового технологічного укладу стають саме новітні різновиди послуг і технологій.



Рис. 1. Ключові фактори розвитку підприємства в умовах четвертої промислової революції
Джерело: Сформовано авторами

Висновки. В результаті проведеного дослідження, можна дійти висновку, що імплементація Industry 4.0 в діяльність вітчизняних підприємств відбувається досить повільно і має супроводжуватись формуванням нових баз знань, розробкою таких інновацій, що дозволять на першому етапі продовжити діяльність існуючого устаткування, а згодом поступово вивести застаріле обладнання із виробничого процесу. Безперечно, промислові підприємства економічно розвинених країн більш адаптивні до умов четвертої промислової революції, що відкриває їм можливості кардинальної модернізації виробництва, а, отже, і економіки. На сьогоднішній день, вітчизняні підприємства відстають від іноземних при переході до нових принципів взаємодії в ланцюжку «виробник – споживач», що зумовлює відставання в продуктивності праці та якості пропонованої продукції. Відповідні тенденції, можуть призвести до нездатності конкурувати з провідними міжнародними промисловими корпораціями через значні витрати на виробництво та швидкість виконання замовлень. Також, існує потреба у інвестиційному забезпеченні, яке є необхідним для розвитку промисловості в Україні в межах концепції Industry 4.0, що у майбутньому сприятиме досягненню високого рівня конкурентоспроможності у виробничій, технологічній та інноваційній сфері. Особливу увагу слід приділити конгломератній бізнесу з університетами чи науково-дослідними організаціями, що є обов'язковою передумовою реалізації концепції Industry 4.0. Імплементація основних засад Industry 4.0 в діяльність

вітчизняних підприємств на основі структурованих факторів розвитку сприятиме стимулюванню інвестицій та перерозподілу ресурсів між різними галузями, що, в свою чергу, дозволить підвищити конкурентоспроможність підприємства і пропонованої ним продукції. Ефективне використання інтелектуальних ресурсів підприємства дозволить удосконалити бізнес-процеси; скоротити неефективне використання робочого часу працівниками; вирішити питання плінності кадрів та уточнити функціонал персоналу, з орієнтацією на впровадження системи ключових показників ефективності і діджиталізації; мінімізувати негативний вплив конфліктів у «зонах відповідальності» різних структурних підрозділів підприємства.

Література

1. Russman, M., Lorenz, M., Gerbert, P., Waldner, M., Justus, J., Engel, P. & Harnisch, M. (2015). Industry 4.0: The future of productivity and growth in manufacturing industries / The Boston Consulting Group. [Electronic resource]. – Access mode: <http://www.zvw.de/media.media.72e472fb-1698-4a15-8858-344351c8902f.original.pdf>
2. Frolov V. The main economic factors of sustainable manufacturing within the industrial policy concept of Industry 4.0. / V. Frolov, D. Kaminchenko, D. Kovylykin, J. Popova, A. Pavlova // Academy of Strategic Management Journal. – 2017. – vol. 16. [Electronic resource]. – Access mode: <https://www.abacademies.org/articles/the-main-economic-factors-of-sustainable-manufacturing-within-the-industrial-policy-concept-of-industry-40-6856.html>
3. Smit, J., Kreuzer, S., Moeller, C. & Arlberg, M. (2016). Industry 4.0. [Electronic resource]. – Access mode: [www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/STUD/2016/570007/IPOL_STU\(2016\)570007_EN.pdf](http://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/STUD/2016/570007/IPOL_STU(2016)570007_EN.pdf)
4. Stock, T. & Seliger, G. (2016). Opportunities of sustainable manufacturing in industry 4.0. In the Proceedings of the 13th Global conference on sustainable manufacturing-Decoupling growth from resource use, pp. 536-541.
5. Tonelli, F., Demartini, M., Loleo, A. & Testa, C. (2016). A novel methodology for manufacturing firms value modeling and mapping to improve operational performance in the Industry era. In the Proceedings of the 49th CIRP Conference on manufacturing systems, pp. 122-127.
6. Міжнародні стандарти ISO 9000:2000 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://ua-referat.com/Міжнародні_стандарти_ISO_9000_2000
7. Чуйко К.С. Формирование адаптивности фирмы в условиях ускорения рыночных изменений : автореф. дис. ... канд. экон. наук : спец. 08.00.01 “Экономическая теория” / К.С. Чуйко. – М., 2007. – 25 с.
8. Шаравара О.О. Клаус Шваб «Четверта промислова революція»: світоглядні ідеї / О.О. Шаравара // Актуальні проблеми філософії та соціології. – 2017. – № 15. – С. 156–158
9. Шваб К. Четвертая промышленная революция / Клаус Шваб ; перевод с англ. – М. : Издательство «Э», 2018. – 208 с.
10. Ячменьова В.М. Сутність понять «адаптація» та «адаптивність» [Електронний ресурс] / В.М. Ячменьова, З.О. Османова. – Режим доступу : <http://ena.lp.edu.ua/bitstream/ntb/18798/1/72-346-353.pdf>

References

1. Russman, M., Lorenz, M., Gerbert, P., Waldner, M., Justus, J., Engel, P. & Harnisch, M. (2015). Industry 4.0: The future of productivity and growth in manufacturing industries. Retrieved May 15, 2018, from <http://www.zvw.de/media.media.72e472fb-1698-4a15-8858-344351c8902f.original.pdf>
2. Frolov V., Kaminchenko D., Kovylykin D., Popova J., Pavlova A. (2017). The main economic factors of sustainable manufacturing within the industrial policy concept of Industry 4.0. Academy of Strategic Management Journal volume 16, Special Issue 2, 2017, from <https://www.abacademies.org/articles/the-main-economic-factors-of-sustainable-manufacturing-within-the-industrial-policy-concept-of-industry-40-6856.html>
3. Smit, J., Kreuzer, S., Moeller, C. & Arlberg, M. (2016). Industry 4.0. Retrieved May 15, 2018, from [www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/STUD/2016/570007/IPOL_STU\(2016\)570007_EN.pdf](http://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/STUD/2016/570007/IPOL_STU(2016)570007_EN.pdf)
4. Stock, T. & Seliger, G. (2016). Opportunities of sustainable manufacturing in industry 4.0. In the Proceedings of the 13th Global conference on sustainable manufacturing-Decoupling growth from resource use, pp. 536-541.
5. Tonelli, F., Demartini, M., Loleo, A. & Testa, C. (2016). A novel methodology for manufacturing firms value modeling and mapping to improve operational performance in the Industry era. In the Proceedings of the 49th CIRP Conference on manufacturing systems, pp. 122-127.
6. Mizhnarodni standarty ISO 9000:2000 [Elektronnyi resurs]. – Rezhym dostupu : http://ua-referat.com/Mizhnarodni_standarty_ISO_9000_2000
7. Chuiko K.S. Formirovaniye adaptivnosti firmy v usloviyakh uskoreniya rynochnykh yzmeneniy : avtoref. dys. ... kand. ekon. nauk : spets. 08.00.01 “Ekonomicheskaya teoriya” / K.S. Chuiko. – M., 2007. – 25 s.
8. Sharavara O.O. Klaus Shvab «Chetverta promyslova revoliutsiia»: svitohliadni idei / O.O. Sharavara // Aktualni problemy filosofii ta sotsiologhii. – 2017. – № 15. – S. 156–158
9. Shvab K. Chetvertaia promyshlennaia revoliutsiia ; perevod s anhl. – M. : Yzdatelstvo «E», 2018. – 208 s.
10. Yachmenova V.M. Sutnist poniat «adaptatsiia» ta «adaptivnist» [Elektronnyi resurs] / V.M. Yachmenova, Z.O. Osmanova. – Rezhym dostupu : <http://ena.lp.edu.ua/bitstream/ntb/18798/1/72-346-353.pdf>

Рецензія/Peer review : 12.05.2018
Надрукована/Printed : 05.06.2018
Рецензент: д. е. н., проф. Гончар О. О.

УДК 330.11:334.7:338.001.36

ГОЛИШЕВА Є. О.,
ГРИЦЕНКО О. Ф.,
ІЛЛЯШЕНКО Н. С.
Сумський державний університет

КЛАСИФІКАЦІЯ СТРАТЕГІЧНИХ НАПРЯМІВ НАУКОВО-ТЕХНОЛОГІЧНОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА¹

У статті визначено ключові тенденції науково-технологічного розвитку найбільш інноваційних компаній світу. На основі аналізу досвіду діяльності найбільш інноваційних компаній світу за останні десять років сформовано класифікацію стратегічних напрямів науково-технологічного розвитку підприємств. В авторській класифікації виокремлено шість стратегічних напрямів за двома критеріями.

Ключові слова: стратегія, стратегічний напрямок, науково-технологічний розвиток, підприємство.

GOLYSHEVA I.,
GRYSHCHENKO O.,
ILLIASHENKO N.
Sumy State University

THE CLASSIFICATION OF THE STRATEGIC DIRECTIONS OF COMPANY'S SCIENTIFIC AND TECHNOLOGICAL DEVELOPMENT

The aim of the article is to provide the classification of the strategic directions of scientific and technological development based on studying of the world leading innovation-active companies' experience. The article describes the key trends of scientific and technological development of the world's leading innovation-active companies. Based on the analysis of the world's leading innovation-active companies in the over the past decade the classification of strategic directions of scientific and technological development of enterprises was formed. The authors' classification distinguishes six strategic directions (namely, activity in the field that corresponds to the latest technological arrangement, sharp "revolution" of the traditional industry, acquiring external start-ups, marketing innovations, copying and adaptation, patents creating and selling) according to two criteria (scope of implementation and place of occurrence the innovation ideas). The considered directions are currently the most promising, have been tested by many world's leading innovation-active companies (i.e. Apple, Google, Microsoft, IBM, Tesla motors, Johnson&Johnson, Bayer, Incyte, General motors, Toyota motor, Tatagroup, Amazon, Facebook, etc.) and have led to a significant growth in sales and profits. Among the considered innovative enterprises those have competitive advantage activities of which are devoted to scientific research and technological innovations. The analysis also allowed to reveal the main directions of the outstripping innovative development of modern enterprises. Further research requires the development of methodical tools for selecting specific areas or options for their combination.

Keywords: strategy, strategic direction, scientific and technological development, company.

Постановка проблеми у загальному вигляді. Практика свідчить, що підприємства незалежно від сфери діяльності намагаються відшукати власну формулу досягнення успіху і знаходяться у постійній гонитві за прибутком. Зокрема, необхідність пошуку нових напрямів науково-технічного розвитку підприємства стала одним із пріоритетів підприємств, що, у свою чергу, відбивається на підходах до стратегічного планування. У той час як найбільші компанії світу здійснюють стратегічне плануванням науково-технічної діяльності щонайменше на кожні три роки, впроваджують різноманітні мотиваційні механізми для стимулювання винахідницької діяльності, велика частка дрібних (локальних) компаній часто недооцінює потенційні вигоди і пропускає розроблення стратегії, вважаючи її марною втратою ресурсів, навіть абстрактною і бюрократичною діяльністю. У цьому контексті актуальним є аналіз міжнародної практики інноваційної діяльності підприємств з метою систематизації їхніх стратегічних напрямів науково-технологічного розвитку.

Аналіз останніх досліджень та публікацій показує, що сьогодні існує великий масив публікацій, присвячених різним аспектам інноваційної діяльності підприємств. Зокрема, дослідженням розвитку підприємств на інноваційних засадах приділяли увагу такі вчені, як С.М. Ілляшенко [1], В. Стрілковські [3], В. Кушлин [4], В.М. Геєц, В.П. Семиноженко [5], О.Є. Кузьмін, Р.В. Фещур, О.С. Скибінський, Х.В. Дрималовська [6], Ю.С. Шипуліна [7], Г.І. Калитич, К.М. Коржавін [8], Л.Л. Антонюк, А.М. Поручник, В.С. Савчук [9] та ін. Проблеми та напрями формування стратегії інноваційного розвитку підприємств досліджено у роботах Л.І. Федулової, О.А. Фомової [10], О.Б. Саліхова, О.В. Крехівського [11], В.Л. Пілюшенка, В.І. Дубницького [12] та ін. Проте подальшого дослідження потребують стратегічні напрямки розвитку інноваційної підприємницької діяльності з використанням моделі випереджаючого інноваційного прискорення.

¹ Робота виконана за рахунок бюджетних коштів МОН України, наданих на виконання науково-дослідної теми «Механізм управління формуванням стратегій випереджаючого інноваційного розвитку промислових підприємств» (№ ДР 0117U003928)

Метою статті є класифікація стратегічних напрямів науково-технологічного розвитку підприємства на основі вивчення досвіду провідних інноваційно-активних компаній світу.

Для визначення основних напрямів випереджаючого інноваційного розвитку проаналізуємо найбільш інноваційні компанії світу за останні десять років. Згідно з методикою, яку використовує Forbes, до списку входять саме ті компанії, які, на думку інвесторів, здійснюють прорив у своїй галузі. Компанії оцінюються за їхньою так званою інноваційною премією – різницею між ринковою капіталізацією і грошовими потоками від підприємств. Під час складання рейтингу враховується середня щорічна прибутковість компанії протягом п'яти років і річний приріст її продажів. Таким чином, можна стверджувати, що компанії, які потрапили до списку найбільш інноваційних, і можна назвати такими, що знаходяться на випереджаючому шляху розвитку.

Отже, аналізуючи щорічні рейтинги [13], можна зробити такі висновки щодо ключових тенденцій науково-технологічного розвитку найбільш інноваційних компаній світу:

1. За останні роки значно зросла кількість технологічних інновацій та наукових розробок. Саме ці різновиди інновацій і лежать в основі випереджаючого розвитку. Цей факт підтверджує теорію постіндустріального суспільства. Відповідно до концепції постіндустріального суспільства Д. Белла, воно розглядається як «суспільство, в економіці якого пріоритет перейшов від переважного виробництва товарів до виробництва послуг, проведення досліджень, організації системи освіти і підвищення якості життя, ... і, що найважливіше, в якому впровадження нововведень все більшою мірою залежить від досягнення теоретичних знань» [14].

2. Найбільш успішними є компанії, які представляють галузь інформаційних технологій (та всіх суміжних з нею: електроніка, Інтернет-сервіс, програмне забезпечення тощо) та медицину (та всіх суміжних з нею: біотехнології, фармацевтична галузь тощо). Саме представники цих сфер або зробили значний ривок у переліку найбільш інноваційних компаній світу, або вже довгий час втримують у ньому першість.

3. Аналіз управлінських рішень та проведених заходів компаній дозволив виявити ті альтернативні напрями розвитку, за допомогою вибору яких компанії і досягли успіху. Розглянемо їх більш детально.

Реалізація діяльності у галузі, яка відповідає останньому технологічному устрою: наноелектроніка, молекулярна і нанофотоніка, біотехнологія, інформаційні технології, когнітивні науки, соціогуманітарні технології, конвергенція нано-, біо-, інфо- і когнітивних технологій і т.п. У переважній більшості випадків представники цих галузей займаються постійним розвитком та розширенням своєї номенклатури, а також направляють свою діяльність на різке зниження енергоємності і матеріаломісткості виробництва, конструювання матеріалів і організмів із задалегідь заданими властивостями. Саме такий напрям було обрано такими провідними компаніями, як Apple, Google та Microsoft. Ще у 2008 році Apple усунула пхв і бромовані добавки зі своїх продуктів, ставши першим виробником ноутбуків, який так вчинив. У наступні роки компанія зосередилась на випуску нових моделей iPhone та розробленні нових моделей мобільних пристроїв (було створено iPad, перший персональний переносний пристрій applewatch тощо). Google також постійно займається розширенням своєї лідируючої лінійки продуктів (проект googlehealth, за допомогою якого користувачі могли зберігати в мережі свої медичні дані (наприклад, інформація про здоров'я, довідки і рецепти лікарів) пересилаючи їх іншим людям; запуск проекту googlerowmeter, який дозволяє користувачам відстежувати енергоспоживання у своєму будинку з будь-якої точки з Інтернет-підключенням; Інтернет-магазин Google+ тощо). Кожен новий продукт Microsoft, по суті, є інноваційним, навіть якщо це наступна версія раніше існуючої програми, вона несе з собою розширені або нові рішення в тій чи іншій сфері.

Окрім того, за останні роки значного успіху досягли компанії медичної та суміжної з нею сфер. Стрімкий прорив зробили компанії фармацевтичної галузі, а саме Bayer (нові препарати для лікування різних хвороб), Gilead (розроблення препаратів проти віл-інфекції та гепатиту С), Alexion pharmaceuticals (лікування рідкісних хронічних генетичних станів), Regeneron Pharmaceuticals (винаходить, виробляє і комерціалізує ліки для лікування серйозних захворювань); компанії, що займаються біотехнологіями: Incyte (розроблення, виготовлення та комерціалізація патентованих терапевтичних засобів для лікування онкологічних захворювань.), Shanghai Raas Blood Products (дослідження, розроблення і виробництво продуктів крові і лікарських препаратів, отриманих з плазми), Johnson&Johnson (розроблення та виробництво контактних лінз для корекції зору) та ін.

Різкий «переворот» традиційної галузі. У 2008 році до вершини найбільш перспективних та проривних компаній відносились ті, що представляли сферу автомобілебудування (Toyota motor, Tatagroup, BMW, Honda motor, General motors). При цьому своїм успіхом вони були зобов'язані модернізації та розвитку своєї основної поточної діяльності. Однак вже в наступні п'ять років вони значно втратили свої позиції. Повернутись вдалось лише Toyota motor (за рахунок створення нової технології виробництва екоавтомобілів та інноваційної технології двигунів) та BMW (через створення електромобілів). Підхопив ідею переходу на електроавтомобілі і Nissan, який створив власний електромобіль Nissan Leaf і вивів його на ринок. Однак найбільших успіхів у цій сфері, вчасно скориставшись шансом, отримала Tesla motors, яка змінила стереотипне сприйняття електромобіля як повільного і дивакуватого транспорту з обмеженим запасом ходу. Відтак попит на електроспорткар Tesla стабільно перевищує пропозицію з моменту заснування компанії, тому компанія постійно розширює свою товарну лінійку.

Ще одним прикладом «перевороту» галузі є досвід компанії Amazon.com, яка змінила погляд на торгівлю, переорієнтувавши її в Інтернет-простір. За останні роки з Інтернет-магазину медіапродукції компанія трансформувалася в віртуальний гіпермаркет повного циклу і навіть вторглася на ринок гаджетів під власним брендом. Саме цим пояснюється стрибок компанії з третього десятка на 6-е місце у рейтингу інновацій.

Придбання зовнішніх стартапів для власного розвитку. Будь-які підприємства мають два основні напрями інноваційного розвитку: реалізація інноваційної діяльності власними силами або так званий «імпорт» ідей інновацій. І саме до останнього варіанту належить, у тому числі, і придбання стартапів. Такий напрям постійно використовують такі компанії, як Google (який придбав Youtube і сьогодні послідовно поглинає перспективні стартапи, тримаючись на вершині рейтингу) та Facebook.

Акцент на маркетингові інновації. Останнім часом частка маркетингових та організаційних інновацій значно зросла. Адже потреби споживача зростають, змінюється їхній характер. Тому підприємства повинні постійно знаходити нові шляхи просування своєї продукції та формування лояльності до своїх продуктів. І саме маркетингові інновації дозволяють їм не лише утримувати зайняті позиції, але й випереджати конкурентів. Наприклад, у компанії Google в роботі над androidgoogle ухвалили рішення не наймати розробників, а просто зробили платформу відкритою, що дозволило будь-якому програмісту створювати власні додатки. Такий перехід на «самообслуговування» дозволив їм значно збільшити рівень продажів. Як успішні приклади слід зазначити соціальну мережу Foursquare, яка запровадила нові способи винагородження за лояльність, компанію Hindustan Unilever, яка досягла зростання попиту на товари за рахунок побудови розгалуженої системи оптової та роздрібною торгівлі, косметичну компанію Estee Lauder, яка запровадила вручення подарунка на додачу до покупки, безкоштовне роздавання зразків продукції та безкоштовне тестування косметики і парфумерії, а також готельну мережу Marriott, що запровадила інноваційні концепції номерів готелів і майданчиків для організації різних заходів. Ці маркетингові інновації дозволили компаніям здійснити різкий стрибок у рейтингу інноваційних компаній світу. Та найбільший успіх отримала компанія Salesforce.com, чия діяльність присвячена розробленню та продажу маркетингових інновацій. Головним продуктом компанії є однойменна CRM-система, яка дозволяє швидше знаходити нових клієнтів та управляти відносинами з ними. У 2017 році компанія посіла перше місце у списку найбільш інноваційних компаній світу.

Створення та продаж патентів. Безумовно лідером у цьому напрямку є IBM, яка займає перші позиції за кількістю реєстрованих патентів (тільки за 2016 рік їх було 5000). IBM вкладає мільйони доларів у розроблення технологій діагностики важких хвороб людини, у соціальні проекти, спрямовані на адаптацію людей з психологічними проблемами, в Інтернет-технології та в освітні системи.

Копіювання та адаптація. Досить цікавий є підхід китайської компанії Tencent, яка обрала шлях копіювання західних розробок і адаптацію їх до китайських умов. Так було створено QQ як аналог безкоштовної системи обміну повідомленнями ICQ, а замість системи WhatsApp було створено WeChat, соціальну мережу Qzone замість Facebook. Така адаптація дозволила компанії стати найдорожчою за ринковою капіталізацією компанією Китаю та п'ятою в світі.

Розглянуті напрями є на сьогодні найбільш перспективними, які вже пройшли апробацію багатьма компаніями і показали значний рівень зростання продажів та прибутку. Загальний аналіз розглянутих напрямів дозволив встановити певну закономірність та взаємозалежність, що було покладено в основу класифікації стратегічних напрямів науково-технологічного розвитку підприємства (рис. 1). Адже, як було вже зазначено, серед розглянутих інноваційних підприємств мають конкурентну перевагу саме ті, діяльність яких присвячена науковим відкриттям та технологічним інноваціям. Крім того, їхній успіх безпосередньо пов'язаний з ухваленням відповідних стратегічних управлінських рішень.



Рис. 1. Класифікація стратегічних напрямів науково-технологічного розвитку підприємства

Висновки. Таким чином, нами проаналізовано найбільші світові інноваційні компанії, які є флагманами розвитку у своїх сферах. На основі проведеного аналізу було запропоновано класифікацію стратегічних напрямів науково-технологічного розвитку підприємств, які можна розділити за сферою реалізації напрямку та за місцем появи ідей інновацій. Подальших досліджень потребує розроблення методичного інструментарію для вибору конкретних напрямів або варіантів їхнього поєднання.

Література

1. Ілляшенко С.М. Концептуальні засади маркетингового прогнозування стратегічних напрямів науково-технологічного інноваційного розвитку України на основі експертних оцінок / С.М. Ілляшенко // Вісник національного університету «Львівська політехніка». Проблеми економіки та управління. – 2010. – № 668. – С. 68–74.
2. Ілляшенко С.М. Інноваційний розвиток: маркетинг і менеджмент знань : монографія / С.М. Ілляшенко. – Суми : ТОВ «Діса плюс», 2016. – 192 с.
3. Illiashenko S.M. Innovative management: theoretical, methodical, and applied grounds. 1st edition / S.M. Illiashenko, W. Strielkowski (eds.). – Prague Institute for Qualification Enhancement, 2018. – 296 p.
4. Кушлин В. Институциональная среда инновационной модернизации / В. Кушлин // Экономист. – 2011. – № 11. – С. 65–73.
5. Геєц В.М. Інноваційні перспективи України / В.М. Геєц, В.П. Семиноженко. – Харків : Константа, 2006. – 272 с.
6. Кузьмін О.Є. Особливості диверсифікації підприємств як чинник забезпечення їх інноваційно-технологічного розвитку / О. Є. Кузьмін, Р. В. Фешур, О. С. Скибінський, Х. В. Дрималовська // Бізнес-Інформ. – 2015. – № 7. – С. 194–201.
7. Шипуліна Ю.С. Інноваційна культура як основа сприятливого середовища інноваційного розвитку організації: методичні засади оцінки / Ю.С. Шипуліна // Маркетинг і менеджмент інновацій. – 2013. – № 1. – С. 236–246.
8. Калитич Г.І. Науково-технологічний та інноваційний розвиток: концепції, моделі, рішення / Г.І. Калитич, К.М. Коржавін. – Київ : УкрІНТЕІ, 2008. – 268 с.
9. Антонюк Л.Л. Інновації: теорія, механізм розробки та комерціалізації : монографія / Л.Л. Антонюк, А.М. Поручник, В.С. Савчук. – Київ : КНЕУ, 2003. – 394 с.
10. Федулова Л.І. Теорія та практика формування інноваційної стратегії корпоративних структур : монографія / Л.І. Федулова, О.А. Фомова. – Хмельницький : ХНУ, 2009. – 239 с.
11. Саліхов О.Б. П'ять кроків до створення та успішної реалізації національної інноваційної стратегії. Досвід Європи / О.Б. Саліхов, О.В. Крехівський // Економіка та держава. – 2011. – № 1. – С. 9–11.
12. Пілюшенко В.Л. Особливості стратегічного управління підприємством інноваційно-маркетингової орієнтації на промисловому ринку / В.Л. Пілюшенко, В.І. Дубницький // Вісник економічної науки України. – 2015. – № 1 (28). – С. 113–121.
13. The World's Largest Public Companies [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://www.forbes.com/global2000/#7009b09d335d>.
14. Bell D. Notes on the Post-Industrial Society / D. Bell // The Public Interest. – 1967. – № 7. – P. 102–118.

References

1. Illiashenko, S.M. (2010). Conceptual bases of marketing forecasting of strategic directions of scientific and technological innovation development of Ukraine on the basis of expert assessments. *Visnyk natsionalnogo universitetu «Lvivska politehnika». Problemi ekonomiki ta upravlinnya*, № 668, 68-74.
2. Illiashenko, S.M. (2016). *Innovatsiyni rozvytok: marketynh i menedzhment znan: monohrafiia* [Innovation development: marketing and knowledge management: monograph], TOV «Disa plus», Sumy.
3. Illiashenko, S.M., & Strielkowski, W. (2018). *Innovative management: theoretical, methodical, and applied grounds*. 1st edition, Prague Institute for Qualification Enhancement: Prague.
4. Kushlin, V. (2011). *Instytutsonalnaia sreda innovatsyonnoi modernyzatsyy* [Institutional environment for innovative modernization]. *Economist*, № 11, 65-73.
5. Geets, V.M., & Seminozhenko, V.P. (2006). *Innovatsiyni perspektivi Ukrayini* [Innovative prospects of Ukraine], Konstanta, Kharkiv, Ukraine.
6. Kuzmin, O.Ie., Feshchur, R.V., Skybinskyi, O.S., & Drymalovska, Kh.V. (2015). *Osoblyvosti dyversyfikatsii pidpriemstv yak chynnyk zabezpechennia yikh innovatsiino-tehnolohichnoho rozvytku* [Features of diversification of enterprises as a factor of ensuring their innovative and technological development]. *Biznes-Inform*, № 7, 194-201.
7. Shipulina, Yu.S. (2013). *Innovative culture as the basis of a favorable environment for the organization's innovative development: methodological principles of evaluation*. *Marketing and Management of Innovations*, Vol. 1, 236-246.
8. Kalytych, H.I., & Korzhavin, K.M. (2008). *Naukovo-tehnolohichni ta innovatsiyni rozvytok: kontseptsii, modeli, rishennia* [Scientific, technological and innovative development: concepts, models, solutions]. Kyiv: UkrINTEI.
9. Antoniuk, L.L., Poruchnyk, A.M., & Savchuk, V.S. (2003). *Innovatsii: teoriia, mekhanizm rozrobky ta komertsializatsii*. Kyiv: KNEU.
10. Fedulova, L.I., & Fomova, O.A. (2009). *Teoriia ta praktyka formuvannia innovatsiinoi stratehii korporatyvnykh struktur*. Khmelnytskyi: KhNU.
11. Salikhov, O.B., & Krekhivskiy, O.V. (2011). *Piat krokiv do stvorennia ta uspishnoi realizatsii natsionalnoi innovatsiinoi stratehii. Dosvid Yevropy* [Five Steps to Creating and Successful Implementation of a National Innovation Strategy. The experience of Europe]. *Ekonomika ta derzhava*, № 1, 9-11.
12. Piliushenko, V.L., & Dubnitsky, V.I. (2015). *Osoblyvosti stratehichnoho upravlinnia pidpriemstvom innovatsiino-marketynhovoii oriientsatsii na promyslovomu rynku* [Features of strategic management of the enterprise of innovation-marketing orientation in the industrial market]. *Visnyk ekonomichnoi nauky Ukrainy*, № 1 (28), 113-121.
13. *The World's Largest Public Companies*. Retrieved from <https://www.forbes.com/global2000/#7009b09d335d>.
14. Bell, D. (1967). *Notes on the Post-Industrial Society*. *The Public Interest*, №7, pp. 102-118.

Рецензія/Peer review : 18.05.2018

Надрукована/Printed : 30.05.2018

Рецензент: д. е. н., проф. Божкова В. В.

УДК 332.3

КЛЮКА О. М.,
КОЗАРЬ В. І.,
ХОХЛОВ О. Г.

Кременчуцький національний університет імені Михайла Остроградського

**СТРАТЕГІЧНЕ ПЛАНУВАННЯ ЗЕМЛЕКОРИСТУВАНЬ І ЗЕМЛЕВОЛОДІНЬ
СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ**

Розглянуті концептуальні основи формування землекористувань і землеволодінь сільськогосподарських підприємств на території сільських рад.

Ключові слова: землекористування, земельна частка (пай), недоліки землекористування, формування.

KLUKA O.,
KOZAR V.,
KHOKHLOV O.

Kremenchuk Mykhailo Ostrohradskiy National University

**STRATEGIC PLANNING OF LAND-USE AND LAND-TENURE
OF AGRICULTURAL ENTERPRISES**

The mechanism of land-use and land-tenure is proposed, which will allow the agricultural producer to ensure the efficient use of all land and create favourable conditions for increasing labour productivity. In modern conditions, generally accepted methods of land-use and land-tenure of agricultural enterprises, without defects, are almost impossible, due to the fact that in most cases such enterprises are formed from land shares (shares), due to their lease from private owners. As practice shows, the agricultural enterprise takes land shares (shares) for rent, all that can be taken. This leads to not compact land-use and land-tenure, the location of plots on different land quality and other disadvantages. Therefore, it is necessary to develop mechanisms that allow the formation of agricultural land masses, in configuration and size, as the most suitable for the application of modern technologies for the cultivation of commodity agricultural products. The article outlines the basic principles of forming land-tenure and land-use of agricultural enterprises: economic, physical and legal, as well as the proposed mechanism for their observance.

Key words: land-use, land parcel (share), shortcomings of land-use, formation.

Постановка проблеми. Землеволодіння і землекористування сільськогосподарських підприємств (організацій) перебувають у постійному русі. Змінюються їх межі, кількість, площі, місце розташування, форми власності й господарювання. Створюються нові підприємства або реорганізуються, у результаті земельного обігу їх розміри збільшуються або зменшуються. Тому серед землепорядних проектів, які відповідно до закону повинні розроблятися на місцевому рівні, на особливу увагу заслуговують проекти створення нових та впорядкування існуючих землеволодінь і землекористувань. Однак вітчизняна практика останніх років засвідчує, що такі проекти майже не розробляються.

Проектами землеустрою щодо впорядкування землеволодінь та землекористувань передбачаються заходи щодо впорядкування структури земельних угідь, усунення черезсумжжя, далекоземелля, ламаності меж, ерозійних процесів та інших екологічних наслідків нераціонального використання земель і створення територіальних умов для функціонування всіх галузей економіки.

Однак, у сучасних умовах, загальноприйнятими методами провести формування землекористувань і землеволодінь сільськогосподарських підприємств, без зазначених вище недоліків, майже неможливо, через те, що у більшості випадків такі підприємства формуються із земельних часток (паїв), за рахунок їх оренди у приватних власників. Як показує практика, в оренду сільськогосподарське підприємство бере земельні частки (паї) всі, які може взяти. Це призводить до «не компактності» землекористувань і землеволодінь, розташування ділянок на різних за якістю землях та інших недоліків.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Дослідженню питань ефективного і раціонального використання та охорони земель як сільськогосподарського, так і несільськогосподарського призначення присвячено багато праць науковців. Проблемами сталого землекористування, збереження та відновлення родючості земель, агроландшафтів, підвищення економічної ефективності, правильної організації території сільськогосподарських підприємств і сівозмін займалися І. Буздалов, Д. Гнаткович, В. Горлачук, А. Даниленко, Б. Косович, О. Крисальний, М. Лавейкін, І. Михасюк, Л. Романова, А. Сохнич, Н. Стойко, М. Ступень, А. Третяк, М. Федоров, В. Юрчишин, Ю. Дехтяренко, М. Лихогруд, Ю. Манцевич та багато інших [1, 2]. Але, як показує досвід, залишається багато проблем і невизначеностей у питаннях ефективного управління земельними ресурсами, що, в свою чергу, призводить до створення нераціональних землекористувань і землеволодінь сільськогосподарських підприємств і таким чином до збільшення собівартості сільськогосподарської продукції, що перешкоджає конкуренції на внутрішньому і світовому ринках продовольчих товарів.

Формування цілі статті. Метою статті є запропонування механізму формування землекористувань і землеволодінь, що дозволить виробнику сільськогосподарської продукції забезпечити раціональне і ефективне використання усіх земель, створити сприятливі умови для підвищення продуктивності праці, мінімізації капіталовкладень, врегулювати питання призупинення ерозійних процесів, визначити площі земель, використання яких, є економічно неефективним та екологічно небезпечним.

Виклад основного матеріалу досліджень. Під час формування землекористувань і землеволодінь сільськогосподарських підприємств необхідно дотримуватись наступних вимог:

- земельні масиви повинні бути добре дослідженими: кліматичні умови, стан ґрунтів, агрохімічні показники тощо;
- мати всі юридичні підстави для вільного здійснення цивільно-правових угод;
- мати достатню площу та зручну конфігурацію;
- для вирощування сільськогосподарської продукції повинні мати придатний склад ґрунтів;
- бути забезпеченими транспортною інфраструктурою, водними джерелами тощо.

Будь-яке землеволодіння і землекористування сільськогосподарського підприємства має свої характеристики, наприклад: площа (загальна, сільськогосподарських і несільськогосподарських угідь), місце розташування, якість земель, власність або користування землею, наявність транспортної та інженерної інфраструктури тощо.

При виконанні основних вимог формується землекористування, яке найбільш відповідає сучасним ринковим умовам, у якому створюються умови ефективного і раціонального використання всіх та охорони земель, підвищення родючості сільськогосподарських угідь, зменшення ерозійних процесів, збереження та удосконалення агроландшафтів тощо.

Однак, формування сталих і ефективних землекористувань, в сучасних умовах, майже неможливе. У більшості випадків, землекористування формується із земельних часток (паїв), які власники надають в оренду сільськогосподарським підприємствам. Через це, сформуванню єдиного масиву орних земель достатньої площі та зручної конфігурації дуже складно [3]. Як приклад, на рис. 1 наведено землекористування існуючого сільськогосподарського підприємства. Кольором виділені землі (рілля), які знаходяться у користуванні підприємства (близько 1300 га). Основна площа складається із земельних часток (паїв), інша – землі запасу.

Як видно з рис. 1, землекористування досить далеке від «ідеального». Спостерігається велика кількість недоліків, причому, основні з них штучного характеру: дрібноконтурність, штучне черезсмужжя, зламаність границь, вклинювання, далекоземелля тощо.

Зазначені недоліки землекористування призводять до наступних наслідків:

- складність у використанні сучасних технологій вирощування сільськогосподарської продукції;
- майже неможливо створити ефективну систему сівозмін;
- розташування окремих ділянок на землях, що мають значну різницю у якості (родючість, еродованість, крутизна схилу тощо);
- велика кількість холостих розворотів машинно-тракторних агрегатів, що призводить до значних перевитрат паливно-мастильних матеріалів;
- значні транспортні витрати на перевезення.

Крім цього, до кожного дрібного контуру (наприклад, окремий земельний пай) необхідно прокладати проїзд, що виводить рілля, які є найбільш цінними угіддями, із сільськогосподарського обробітку.

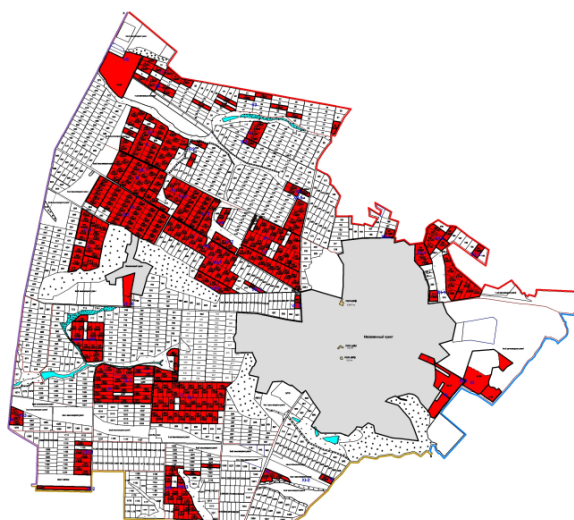


Рис. 1. Схема землекористування існуючого сільськогосподарського підприємства

Таким чином, при формуванні землекористувань і землеволодінь сільськогосподарських підприємств, у сучасних умовах, можна виділити концептуальні основи (принципи):

- економічний – вирощування сільськогосподарської продукції, яка найбільш підходить для вирощування на конкретних ґрунтах, що визначається шляхом проведення бонітування ґрунтів та їх економічної оцінки;
- інтенсивність виробництва – чітка спеціалізація господарства, ведення технології вирощування без використання сівозмін (монокультури);
- компактність – формування землекористувань і землеволодінь без недоліків, що збільшують транспортні витрати;
- юридична сталість – можливість власникам сільськогосподарських підприємств планувати виробничі процеси на довгий термін.

Для ілюстрації економічного принципу, на рис. 2 і 3 наведені, відповідно, картограма агропромислових груп ґрунтів і схема формування підприємств на території сільської ради з урахуванням якості ґрунтів.

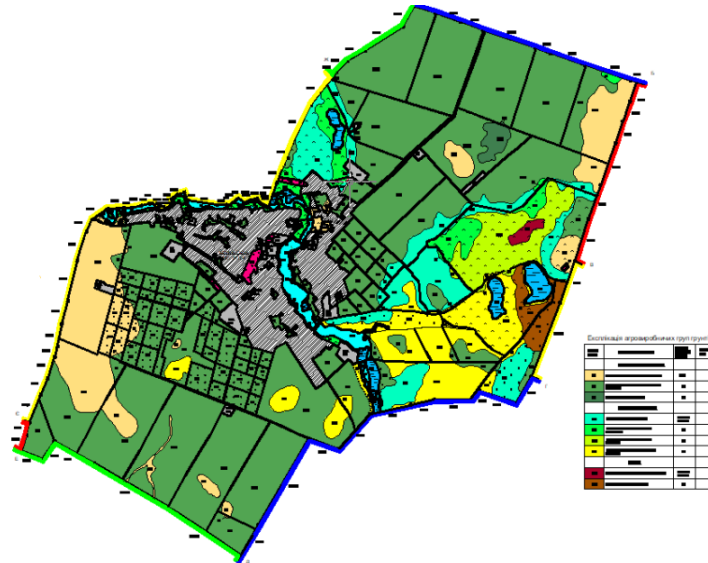


Рис. 2. Картограма агропромислових груп ґрунтів

Із картограми видно, що основну частку площі ріллі займають ґрунти з однаковими характеристиками і два масиви з іншими ґрунтами. Тому доцільно сформувати три землекористування: два фермерських господарства з чіткою спеціалізацією і одне велике сільськогосподарське підприємство (рис. 3).



Рис. 3. Схема формування території сільськогосподарських підприємств

Висновки. В сучасних умовах найбільшу складність викликає реалізація третього і четвертого принципу – компактність і юридична сталість.

Для гарантування дотримання цих принципів пропонується на законодавчому рівні ввести норму щодо права оренди у власників їх земельних часток (паїв) виключно державою. Власники

сільськогосподарських підприємств мають право користування земельними частками (паями) на правах тільки суборенди. Такий підхід дасть змогу формувати землекористування і землеволодіння сільськогосподарських підприємств найбільш ефективними, а також дасть змогу державним органам, по-перше, надійно контролювати стан використання земель і, по-друге, більш надійно прогнозувати забезпечення країни продуктами харчування, тобто забезпечити стратегічну продовольчу безпеку держави на майбутнє.

Література

1. Сохнич А. Я. Проблеми використання і охорони ґрунтів в умовах ринкової економіки : монографія / Сохнич А. Я. – Львів : НВФ «Українські технології», 2002. – 252 с.
2. Ступень М. Підвищення економічної ефективності використання сільськогосподарських земель / М. Ступень, Р. Гулько, Н. Ступень, О. Гулько // Вісник Львівського національного аграрного університету. Серія: Економіка АПК. – 2016. – № 23(2). – С. 67–73.
3. Хохлов О.Г. Формирование землепользований сельскохозяйственных предприятий в современных условиях О.Г. Хохлов // Актуальные проблемы землеустройства и кадастров на современном этапе : материалы V международной научно-практической конференции 26 февраля 2018 г., Пенза / [под общ. ред. Т.И. Хаметова, А.И. Чурсина и др.]. – Пенза : ПГУАС, 2018. – С. 227–230.

References

1. Sokhnych A. Ya. Problemy vykorystannia i okhorony gruntiv v umovakh rynkovoї ekonomiky : monohrafiia / Sokhnych A. Ya. – Lviv : NVF «Ukrainski tekhnolohii», 2002. – 252 s.
2. Stupen M. Pidvyshchennia ekonomichnoi efektyvnosti vykorystannia silskohospodarskykh zemel / M. Stupen, R. Hulko, N. Stupen, O. Hulko // Visnyk Lvivskoho natsionalnoho ahrarnoho universytetu. Serii: Ekonomika APK. – 2016. – № 23(2). – S. 67–73.
3. Hohlov O.G. Formirovanie zemlepolzovaniy selskohozyaystvennykh predpriyatiy v sovremennykh usloviyah O.G. Hohlov // Aktualnyie problemyi zemleustroystva i kadastron na sovremennom etape : materialyi V mejdunarodnoy nauchno-prakticheskoy konferentsii 26 fevralya 2018 g., Penza / [pod obsch. red. T.I. Hametova, A.I. CHursina i dr.]. – Penza : PGUAS, 2018. – S. 227–230.

Рецензія/Peer review : 17.05.2018

Надрукована/Printed : 31.05.2018

Рецензент: д. е. н., проф. Орлов О. О.

УДК 005.35

КОВТУН В. П.

Київський національний економічний університет ім. В. Гетьмана

КОНЦЕПТУАЛІЗАЦІЯ ПРОБЛЕМАТИКИ КОРПОРАТИВНОЇ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ

Розглянуто актуальні проблеми корпоративної соціальної відповідальності (КСВ), які вимагають глибокого осмислення з метою розробки заходів щодо практичної реалізації соціально відповідальної поведінки бізнес-структур. Здійснено аналіз генезису і змісту основних концепцій КСВ, що дозволило виявити «ядерні» і альтернативні теорії. Проаналізовано основні підходи, що сформувалися в роботах західних дослідників КСВ, здійснена спроба систематизації зазначених підходів на основі співвідношення їх сутності та теоретичного змісту.

Ключові слова: соціальна відповідальність, корпоративна соціальна відповідальність, корпоративне громадянство, корпоративна соціальна діяльність, корпоративна соціальна сприйнятливість, концепція зацікавлених сторін, корпоративна стійкість.

KOVTURN V.

Kyiv National Economic University named after Vadym Hetman

CONCEPTUALIZATION OF CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY PROBLEMS

The main purpose of the article is to research conceptual approaches to understanding the essence of corporate social responsibility (CSR) as a factor in the effective economic development of the business environment. The article identifies the growing role of corporate social responsibility in ensuring sustainable development of the society. The article emphasizes the importance and relevance of CSR consideration of issues that are confirmed by numerous national and international initiatives in this area, the creation of national and international research centers, discussion of social responsibility and sustainable development in areas leading index. The article analyzes the genesis and content of the basic concepts of CSR, which allowed to identify "nuclear" and alternative theories, which were systematized on the basis of the correlation between their essence and the theoretical content. Summarizing the research of the concepts of CSR, the article proved that in the process of evolution of views on the phenomenon of CSR, the corresponding concept has not lost its relevance, independence and identity. However, the basic provisions of this concept have undergone a certain transformation under the influence of numerous alternative concepts that enriched its content, specified some aspects and made it practically applicable. As the conclusion, the article emphasizes that the formation of a conceptual model of CSR, which reflects the dominant approaches to understanding its nature and content and their respective perceptions of subjects, object, sphere of manifestation and principles of CSR, has not only a great theoretical but also practical meaning.

Key words: social responsibility, corporate social responsibility, corporate citizenship, corporate social activity, corporate social responsiveness, concept of stakeholders, corporate sustainability.

Постановка проблеми. В сучасних умовах стрімкого розвитку світової спільноти, перенасиченості ринків, глобальних криз і екологічних катастроф особливого значення набувають питання, пов'язані із забезпеченням прийнятних умов життя, безпеки і збереження навколишнього середовища. У зв'язку з цим все більша кількість підприємств посилюють соціальну спрямованість свого бізнесу і шукають шляхи, здатні забезпечити їм довгострокове лояльне ставлення з боку клієнтів, співробітників та інших зацікавлених сторін суспільства.

Відповіддю на ці виклики сучасності стала концепція корпоративної соціальної відповідальності (КСВ), яка є добровільною ініціативою керівників підприємств з розробки та реалізації певних соціально спрямованих, неприбуткових заходів, які мають на меті якісне поліпшення зовнішнього для підприємства середовища.

Перехід від індустріального типу економіки до постіндустріального, зростання сервісної складової в структурі суспільних і особистих потреб, посилення глобалізаційних процесів змінили підходи до ведення бізнесу і принципи взаємодії бізнесу зі стейкхолдерами. Поряд з тим, що великі, в першу чергу промислові, підприємства мають високий рівень ресурсо-, енерго- і матеріаломісткості, акумулюючи значні матеріальні, людські та інші ресурси, вони також мають високий потенціал впливу (як позитивного, так і негативного) на суспільний добробут, соціально-економічну стабільність і сталий розвиток, що обумовлює гостру необхідність не тільки в соціальній, а й етичній та екологічній відповідальності.

Проблема корпоративної соціальної відповідальності (КСВ) все більш затребувана українською бізнес-спільнотою. Однак концепція КСВ сприймається переважно на рівні неакадемічних дефініцій, представлених міжнародними організаціями, бізнес-асоціаціями [1]. Впровадження КСВ в практику українського бізнесу і її теоретичне осмислення неможливі без аналізу процесів її генезису.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Актуальність і затребуваність проблематики корпоративної соціальної відповідальності в академічній спільноті підтверджується численними релевантними дослідженнями. Так, у доповіді А. К. де Беттінге на установчій конференції Європейської академії бізнесу і суспільства (European Academy of Business and Society, EABIS) в 2002 році, згадувалося 18 основних концепцій, що асоціюються з КСВ [2]. А як свідчать дослідження консалтингової компанії

Corporate Register Ltd, близько 9000 звітів КСВ було представлено в 2016 р., що свідчить про позитивну тенденцію, адже у 2011 р. кількість таких звітів КСВ склала близько 7000 [2].

Фундаментальні дослідження становлення і розвитку концепцій КСВ, а також спроби їх систематизації наведені в роботах західних авторів: Г. Боуена, К. Девіса, Р. Бломстрома, Дж. МакГуїра, С. Сеті, А. Керролла, Д. Віндзора, М. Ван Марревійка, Р. Штойера та ін.

В той же час вітчизняна академічна школа не так давно зацікавилась проблематикою КСВ та почала робити перші спроби сучасної концептуалізації корпоративної соціальної відповідальності з огляду на політичні, економічні, соціальні та культурні особливості розвитку країни. Серед вітчизняних дослідників концепцій КСВ можна відмітити наступних: І. Акімова, Д. Баюра, О. Березіна, О. Буян, В. Воробей, Ф. Євдокимова, А. Колота, Г. Назарова, О. Осінкіна, Г. Поповича, Ю. Саєнко, П. Яницького, О. Філіпченко та інших.

Формулювання цілі статті. Метою статті є дослідження концептуальних підходів до розуміння сутності корпоративної соціальної відповідальності як чинника ефективного економічного розвитку бізнес-середовища.

Виклад основного матеріалу дослідження. Незважаючи на те, що перші спроби осмислення питань, які на сьогодні відносяться до проблематики КСВ, мали місце ще на початку ХХ ст., їх систематичний науковий аналіз почався лише в 1950-х рр. На сьогодні, визначення сутності базового поняття «корпоративна соціальна відповідальність» є актуальним вже тому, що завдяки плідній дискусії таких визначень є чимала кількість.

Коректне визначення сутності терміна «корпоративна соціальна відповідальність» – вельми нетривіальне завдання, адже, починаючи з 1950-х рр. в світовій управлінській літературі було представлено безліч релевантних концепцій, розроблених в історично короткий термін. Найбільш популярні концепції КСВ, їх автори та прихильники представлені в таблиці 1.

Таблиця 1

Основні концепції корпоративної соціальної відповідальності

№	Концепції	Представники	Період становлення
1.	Концепції «ядра»		
1.1.	«Корпоративна соціальна відповідальність» (КСВ)	Г. Боуен, К. Девіс, Дж. МакГуїр, С. Сеті, А. Керролл	1950–1970-і рр.
1.2.	«Корпоративна соціальна сприйнятливність» (КСС)	Р. Акерман, Дж. Пост, Л. Престон, В. Фредерік, А. Керролл	1970-і рр.
1.3.	«Корпоративна соціальна діяльність» (КСД)	С. Сеті, А. Керролл, С. Вартік, Ф. Кохрен, Д. Вуд	1970–1990-і рр.
2.	Альтернативні концепції		
2.1.	«Концепція зацікавлених сторін» (КЗС)	Т. Дональдсон, Л. Престон, Е. Фрімен, Д. Пост, С. Сакс	1980–2000-і рр.
2.2.	«Концепція корпоративного громадянства» (ККГ)	Д. Лонгсдон, Д. Вуд.	2000-і рр.
2.3.	«Концепція корпоративної стійкості» (ККС)	М. Ван Марревійк, М. Лангер, А. Конрад, Р. Стюер	2000-і рр.

Очевидно, що підхід до розгляду сутнісно-змістовної характеристики терміну «корпоративна соціальна відповідальність» методом випадкового вибору тієї чи іншої концепції загрожує не тільки теоретичною фрагментарністю, але і перетворенню самої проблематики в предмет нав'язування бізнесу політичних спекуляцій, відірваних від реальних процесів його власного розвитку. Тому цілком логічним та виправданим є підхід відомого американського науковця А. Керролла, який пропонує розглядати кожен з концепцій КСВ відповідно до етапів розвитку теорії корпоративної соціальної відповідальності та економічних умов розвитку бізнес-середовища в конкретний період часу [3, с.268].

Концепція сучасної КСВ стала надбанням широкої аудиторії в 1953 році, коли Говард Боуен опублікував книгу «Соціальні обов'язки підприємця». У своїй книзі Боуен розглядає КСВ як «зобов'язання підприємців проводити таку політику, приймати такі рішення або дотримуватися таких напрямів дій, які є бажаними з точки зору цілей та цінностей нашого суспільства» [4, с.6]. За словами Боуена, узгоджувальна взаємодія бізнесу та суспільства має відбуватись через призму суспільного договору, конкретні умови якого можуть варіюватись відповідно до часових та територіальних обмежень. Але незмінним залишається його існування як основного джерела легітимності бізнесу – «свобода підприємництва в обмін на врахування соціальних потреб суспільства».

Погляди Боуена актуалізували важливість концепції КСВ та її впливу на суспільство у майбутньому. Багато дослідників розглядають книгу Боуена як початковий етап становлення сучасної КСВ, а А. Керролл назвав Боуена «Батьком корпоративної соціальної відповідальності» [3]. Звичайно, дослідження Говарда Боуена випередили свій час, закличавши бізнес до організаційних змін та розвитку

соціальної відповідальності. Саме тому, період 1950–1960-х рр. можна вважати періодом становлення концепції КСВ, періодом скоріше "розмов", аніж "дій".

Вже у 1960-х роках «Боуенська ідеологія оцінки суспільства» набула подальшого розвитку. Найбільш помітним проявом КСВ у 1960-і роки була філантропія, яка розглядалась з позиції «зростання та розширення» корпоративних внесків.

Саме в цей період науковці здійснили спроби формалізації змісту КСВ. Так, К. Девіс першим обґрунтував доцільність розгляду проблеми соціальної відповідальності в управлінському контексті. Він підкреслив, що ця відповідальність має відношення до тих «рішень і дій бізнесменів, які здійснюються з причин, які хоча б частково виходять за межі прямого економічного або технічного інтересу фірм» [5, с.73].

Ще одним з видатних дослідників концепції КСВ у 1960-х роках був Вільям Ч. Фредерік. Він розглядав соціальну відповідальність «як громадську позицію щодо економічних і людських ресурсів суспільства та готовність бачити, що ці ресурси використовуються для широких соціальних цілей, а не лише за вузько обмеженими інтересами приватних осіб та фірм» [6, с.127].

Кларенс К. Уолтон у своєму дослідженні «Корпоративна соціальна відповідальність» значну увагу приділив ролі підприємства та ділової людини в сучасному суспільстві. Він пропонував ряд різноманітних моделей соціальної відповідальності. Його фундаментальне визначення соціальної відповідальності міститься в наступній цитаті: «Нова концепція соціальної відповідальності заснована на важливості взаємовідносин між корпорацією та суспільством та усвідомлює, що такі відносини є невід'ємною складовою бізнес-середовища в досягненні відповідних цілей» [1, с.151].

У 1970-х рр. проблема змісту КСВ була уточнена Дж. МакГуіром. Він вказав, що корпорація має не тільки економічні і правові зобов'язання, але несе і певну відповідальність перед суспільством [7, с.144].

С. Сеті, в свою чергу, конкретизував зміст КСВ, вказавши, що вона «передбачає виведення корпоративної поведінки на рівень, який відповідає пріоритетним соціальним нормам, цінностям і очікуванням» [8, с.62]. Сеті був одним із перших, хто запропонував розрізняти «виміри корпоративної соціальної ефективності», а саме, соціальне зобов'язання, соціальна відповідальність та соціальне реагування.

Базуючись на дослідженнях Дж. МакГуіра і С. Сеті та намагаючись узгодити економічну і соціальну відповідальність бізнесу, американський вчений Арчі Б. Керролл розглядав корпоративну соціальну відповідальність як сукупність чотирьох її компонентів: економічної, правової, етичної та філантропічної відповідальності. Саме цей підхід до розуміння КСВ був покладений в основу концептуальної моделі А. Керролла та представлений у вигляді багаторівневої «піраміди КСВ» [9].

Економічна відповідальність в «піраміді» є базовою і включає в себе здатність підприємства бути прибутковим, створювати нові робочі місця і виробляти товари і послуги, які потребує суспільство. При цьому, А. Керролл стверджував, що підприємства, які не здатні отримувати прибуток, не можуть виконувати інші зобов'язання. Іншими словами, А. Керролл поставив в один ряд економічну та соціальну відповідальність, стверджуючи, що економічно відповідальний бізнес є заздалегідь соціально відповідальним. Правова відповідальність бізнесу базується на законслухняності підприємства в процесі досягнення економічної відповідальності. Етична відповідальність бізнесу базується на моральних цінностях підприємства, які дуже часто регламентуються через прийняття так званих «корпоративних кодексів етики», заснованих на стандартах справедливості та рівності. Філантропічна (дискреційна) відповідальність базується на добровільній діяльності підприємств у напрямку підтримки і розвитку добробуту суспільства шляхом добровільної участі в реалізації соціальних програм (благодійність, пожертвування, спонсорська допомога, безоплатне фінансування соціальних проектів тощо) [9].

Логічним продовженням підходу А. Керролла стала модель, розроблена С. Вартіком і Ф. Кохреном, які переформулювали відповідні «вимірювання» як принципи, процеси і політику, намагаючись привести різні елементи концепції КСВ в єдину систему. Модель КСВ, яка запропонована С. Вартіком і Ф. Кохреном розглядає КСВ як «сукупність основних взаємозв'язків між принципами соціальної відповідальності, процесом соціального сприйняття і політикою, спрямованою на вирішення соціальних проблем» [10].

Базуючись на фундаментальних дослідженнях А. Керролла, С. Вартіка і Ф. Кохрена, німецький науковець Д. Вуд запропонувала цілісну інтегральну концепцію «корпоративної соціальної діяльності», визначивши її як «існуючу в бізнес-організації систему принципів соціальної відповідальності, процесів соціального сприйняття, соціальної політики, програми та доступні для огляду результати» [11]. Кожен з елементів нової моделі був, в свою чергу, поділений на три складові: корпоративну соціальну відповідальність, корпоративну соціальну сприйнятливості і результати корпоративної поведінки.

Однак всі спроби науковців віднайти «ідеальну» модель КСВ не призвели до формування загальноприйнятої системи поглядів на КСВ, наслідком чого стала поява численних альтернативних концепцій КСВ, а саме: «концепції зацікавлених сторін», «концепції корпоративного громадянства», «концепції корпоративної стійкості». В результаті чого, в центрі дискусії опинились не тільки питання змісту базової вихідної концепції КСВ, а й питання її ролі в системі концепцій, що асоціюються з проблематикою КСВ, і характер взаємозв'язків між ними. Залишалось незрозумілим, чи йде мова про

концепцію КСВ або про концепції КСВ, що відображають всю палітру поглядів і підходів до трактування змісту досліджуваного явища, які змінюють, доповнюють або розвивають одна одну. Пошук відповідей на ці питання поставив дослідників перед необхідністю чіткого обґрунтування місця концепції КСВ в даній концептуальній системі і, в кінцевому рахунку, обґрунтування правомірності трактування цієї концепції як самостійної, що розвивається на власній основі. Наслідком дискусії стала поява різних точок зору.

Прихильники однієї з них вважають, що концепцію КСВ слід розглядати як вихідну базову теорію, що розкриває основні принципи взаємодії суспільства і бізнесу. Однак в процесі еволюції поглядів на природу і зміст феномена КСВ вона буде поглинена і/або заміщена іншими концепціями більш високого рівня (наприклад, концепцією стратегічного менеджменту, концепцією корпоративної стійкості). Дана точка зору стала підставою для пропозицій науковців щодо заміни базового поняття «корпоративна соціальна відповідальність» іншими поняттями, наприклад, такими як «корпоративна відповідальність», «корпоративна стійкість і відповідальність», «корпоративно-громадська інтеграція». Незважаючи на це, термін КСВ продовжує домінувати як у науковій літературі, так і на практиці.

Прихильники іншої точки зору трактують концепцію КСВ як «зонтичну концепцію», що покриває всі похідні від неї концепції, які виникли в ході її еволюції. На їхню думку, сучасний стан теорії КСВ дозволяє розглядати «концепцію КСВ» не в якості теорії (концепції) як такої, а, скоріше, як відображення великого масиву досліджень в сфері економіки, менеджменту, соціології, етики, як досить умовне, загальне поняття.

Найбільш аргументованою вважаємо точку зору, згідно з якою в процесі еволюції поглядів на феномен КСВ відповідна концепція не втратила своєї актуальності, самостійності та ідентичності. Однак базові положення цієї концепції зазнали певної трансформації під впливом численних альтернативних концепцій, які збагатили її зміст, конкретизували деякі аспекти і зробили її практично застосованою.

Висновки. З урахуванням багатоаспектності і багатовимірності розглянутого феномену концептуалізація проблематики КСВ повинна припускати формування концептуальних засад КСВ, що утворюють концептуальну модель (схему, каркас) розглянутої концепції. Інакше кажучи, мова йде про сукупність базових гіпотез, теоретичних положень і висновків, що дають цілісне уявлення про зміст, принципи і форми реалізації КСВ та систему релевантних понять, які відображають домінуючий в суспільстві дослідницький підхід до їх трактування. Ці положення і висновки покликані дати відповіді на ряд ключових питань: про суб'єкти, об'єкт і предмет КСВ; цілі, базові принципи і сфери її прояву; про форми і механізм її реалізації; про можливі наслідки (ефекти) КСД для підприємства, зацікавлених сторін і суспільства в цілому.

Досягнення консенсусу з базових параметрів теорії КСВ (концептуальних засад) і, як наслідок, розробка загально визнаної концептуальної моделі КСВ можна було б розцінювати як свідчення завершення процесу концептуалізації КСВ в рамках домінуючого дослідницького підходу.

Література

1. Благов Ю. Е. Бизнес и общество: новая парадигма исследований / Ю. Е. Благов // Российский журнал менеджмента. – 2003. – Т. 1. № 2. – С. 151–159.
2. De Bettines H.C. Reviewing Meanings and Contexts of Role of Business in Society. Launch of the European Academy of Business and Society. Fontenbleau. July 5. 2016. URL: www.eabis.org.
3. Carroll A. B. 1979. A three-dimensional conceptual model of corporate performance. *Academy of Management Review*. Vol. 4(4). P. 497–505.
4. Bowen H. *Social Responsibilities of the Businessman*. N. Y.: Harper & Row, 1953.
5. Davis K. Can Business Afford To Ignore Social Responsibilities? *California Management Review*. 1960. Vol. 2. N 3. P. 70–76.
6. Frederick W.C. Toward CSR-3: Why Ethical Analysis is Indispensable and Unavoidable in Corporate Affairs. *California Management Review*. 1986. Vol. 18. N 2. P. 126–141.
7. McGuire J. *Business and Society*. N.Y.: McGraw-Hill, 1963.
8. Sethi S. Dimensions of Corporate Social Performance: An Analytic Framework. *California Management Review*. 1975. Vol. 17. N 3. P. 58–64.
9. Carroll A. B. 1991. The pyramid of corporate social responsibility: Toward the moral management of organizational stakeholders. *Business Horizons* 34 (4): 39–48.
10. Wartick S., Cochran P. The Evolution of the Corporate Social Performance Model. *Academy of Management Review*. 1985. Vol. 10. N 4. P. 758–769.
11. Wood D. Corporate Social Performance Revisited: *Academy of Management Review*. 1991. Vol. 16. N 4. P. 691–718.

References

1. Blagov YU. E. Biznes i obschestvo: novaya paradigma issledovaniy / YU. E. Blagov // Rossiyskiy jurnal menedjmenta. – 2003. – T. 1. № 2. – S. 151–159.
2. De Bettines H.C. Reviewing Meanings and Contexts of Role of Business in Society. Launch of the European Academy of Business and Society. Fontenbleau. July 5. 2016. URL: www.eabis.org.

-
3. Carroll A. B. 1979. A three-dimensional conceptual model of corporate performance. *Academy of Management Review*. Vol. 4(4). P. 497–505.
 4. Bowen H. *Social Responsibilities of the Businessman*. N. Y.: Harper & Row, 1953.
 5. Davis K. Can Business Afford To Ignore Social Responsibilities? *California Management Review*. 1960. Vol. 2. N 3. P. 70–76.
 6. Frederick W.C. Toward CSR-3: Why Ethical Analysis is Indispensable and Unavoidable in Corporate Affaires. *California Management Review*. 1986. Vol. 18. N 2. P. 126–141.
 7. McGuire J. *Business and Society*. N.Y.: McGraw-Hill, 1963.
 8. Sethi S. Dimensions of Corporate Social Performance: An Analytic Framework. *California Management Review*. 1975. Vol. 17. N 3. P. 58–64.
 9. Carroll A. B. 1991. The pyramid of corporate social responsibility: Toward the moral management of organizational stakeholders. *Business Horizons* 34 (4): 39–48.
 10. Wartick S., Cochran P. The Evolution of the Corporate Social Performance Model. *Academy of Management Review*. 1985. Vol. 10. N 4. P. 758–769.
 11. Wood D. Corporate Social Performance Revisited: *Academy of Management Review*. 1991. Vol. 16. N 4. P. 691–718.

Рецензія/Peer review : 04.05.2018
Надрукована/Printed : 07.06.2018
Рецензент: д. е. н., проф. Репіна І. М.

УДК 004.942:658.27:338.45

КУЧЕРОВА Г. Ю.,
КУЛЬКО-ЛАБИНЦЕВА І. В.
Класичний приватний університет, м. Запоріжжя

НЕЧІТКА МОДЕЛЬ БАГАТОКРИТЕРІАЛЬНОГО ВИБОРУ ІНСТРУМЕНТІВ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ФУНКЦІОНУВАННЯ ОСНОВНИХ ЗАСОБІВ ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ

У статті побудована і реалізована нечітка модель багатокритеріального вибору інструментів забезпечення функціонування основних засобів промислових підприємств на основі композиційного правила агрегування описів альтернатив. В основу вибору інструментів належить пріоритетний критерій - доступність. Виділено наступні критерії вибору: фінансові обмеження, організаційні обмеження, розширення можливостей функціонування основних засобів, забезпечує безперервність виробництва, тимчасові обмеження, критерій задовільності альтернативи - доцільність в застосуванні. Доведено, що саме реінжиніринг бізнес процесів є найкращим інструментом забезпечення функціонування основних засобів ЗАТ «АЗ».

Ключові слова: нечітка модель, багатокритеріальний вибір, інструменти, основні засоби, промислове підприємство, доступність.

KUCHEROVA H.,
KULKO-LABINTSEVA I.
Classic Private University, Zaporizhia

FUZZY MODEL OF MULTI-CRITERIA SELECTION OF INSTRUMENTS FOR THE FUNCTIONING OF FUNDAMENTALS OF INDUSTRIAL ENTERPRISES

Abstract – in the article the fuzzy model of multicriteria choice of tools for ensuring the functioning of fixed assets of industrial enterprises is based on the compositional rule of aggregation of alternatives descriptions. The choice of tools is based on the priority criterion - accessibility. The following selection criteria are set out: financial constraints, organizational constraints, expansion of the possibilities of functioning of fixed assets, ensures continuity of production, time constraints, criterion of satisfaction of an alternative - expediency in application. The fuzzy model during implementation allows to multiply and integrate numerous expert evaluations according to various parameters into a single quantitative value for simplification and increase of efficiency of making managerial decisions on maintenance of functioning of fixed assets of industrial enterprises. According to the results of the implementation of the fuzzy model, it has been proved that it is precisely reengineering of business processes that is the best tool for ensuring the functioning of fixed assets, in second place by value - financial leasing and promissory notes, crowdsourcing and outsourcing at third and fourth place, respectively, insignificant value demonstrated by such instruments as long-term loans and participation in the industrial park. The proposed approach to the multicriteria choice of alternatives based on the rule of fuzzy logic output allows us to generalize a multitude of expert evaluations on various parameters. Integrate them into a single quantitative value to simplify and increase the effectiveness of making managerial decisions to ensure the functioning of fixed assets of industrial enterprises. To account for the specifics of a specific industrial enterprise, a component component in the model act as a set of tools, criteria and rules of choice. However, in the fuzzy model, basic tools and a logically justified priority criterion - their availability as the basis for the choice.

Key words: fuzzy model, multi-criteria choice, tools, fixed assets, industrial enterprise, accessibility.

Постановка проблеми. Сучасні соціально-економічні процеси дедалі більше характеризуються неформальною стороною їх протікання, що обумовило поширення суб'єктивних методів управління, передбачення та оцінювання. Основні засоби промислових підприємств не стали винятком. Так, зокрема, суб'єктивізм присутній при прийнятті рішень щодо забезпечення їх функціонування, здійснення експертного оцінювання з різних причин, ведення облікової документації в частині достовірності інформації про стан основних засобів тощо. Таким чином, досліджувати функціонування системи основних засобів промислового підприємства тільки з точки зору об'єктивного підходу є обмеженим та малоефективним. Такий підхід лише частково та однобоко розкриває суть реального становища. Суб'єктивний підхід є досить поширеним у застосування в сфері маркетингу та менеджменту, економіко-математичному моделюванні (когнітивне моделювання, експертні методи, нечітка логіка тощо). Тільки синтез суб'єктивного та об'єктивного підходів дають вичерпні результати досліджень. Враховуючи складні питання в обліку та управлінні основними засобами промислових підприємств, доцільно розшири межі науково-практичних досліджень за рахунок залучення інструментарію суб'єктивних методів.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблемними питаннями основних засобів промислових підприємств займалися такі провідні вчені як: О. Амоша, В. Андрійчук, Б. Андрушків, Б. Бачевський, Т. Бень, М. Гацалов, Л. Городянська, П. Гарасим, Н. Довгалюк, А. Єлькін [1], Н. Кулікова, В. Круш, А. Михайлов, О. Наумчук, Ю. Неміш [2], І. Пиріг, В. Подвігіна, Г. Савицька, Г. Семенов, С. Салига, П. Хомин та ін. Проте, саме виявлення суб'єктивної складової в сфері функціонування системи основних засобів обумовила актуальність та своєчасність дослідження.

Метою статті є розробка та реалізація нечіткої моделі багатокритеріального вибору інструментів забезпечення функціонування основних засобів машинобудівних підприємств на основі композиційного правила агрегування описів альтернатив.

Виклад основного матеріалу. Прийняття рішень щодо вибору інструменту забезпечення функціонування системи основних засобів є складним та вирішальним питанням, оскільки неадекватне обґрунтування вибору призведе до додаткових втрат або зниження ефективності. Існуюча система прийняття рішень на промислових підприємств загалом базується на методології експертних досліджень, суб'єктивізм яких обумовлює сукупність супутніх ризиків R_e в частині застосування безпосередньо самої

методології $\sum_{i=1}^n r_i^m$ та окремо суб'єктів, що її застосовують $\sum_{j=1}^k r_j^s$. Для уникнення або зниження даних

ризиків ($R_e = \sum_{i=1}^n r_i^m + \sum_{j=1}^k r_j^s \rightarrow \min$) пропонується застосувати методологію нечіткої логіки, що дає змогу

трансформувати експертні дані в багатокритеріальних завданнях у інтегровані висновки.

За [3] припустимо, що U – множина інструментів забезпечення функціонування основних засобів, тоді A – нечітка підмножина, ступінь належності інструментів до якої є число з $[0;1]$. Підмножини A_j є значеннями лінгвістичної змінної X . Множина рішень визначається сукупністю критеріїв x_1, x_2, \dots, x_p , що є лінгвістичними змінними, які задаються на базових множинах u_1, u_2, \dots, u_p . Певним чином визначена сукупність критеріїв з певним чином визначених їх значень формує правило визначення особою альтернативи. Змінна Y є лінгвістичною та характеризує доцільність застосування інструменту. Таким чином, висловлювання d_i загалом визначається: d_i : «Якщо $x_1 = A_{i1}$ та $x_2 = A_{i2}$ та $x_p = A_{ip}$ то $D = B_i$ ».

Перетинання через $x = A_i$ представимо наступним чином [3]: $x_1 = A_{i1} \cap x_2 = A_{i2} \cap \dots \cap x_p = A_{ip}$. За операціями з перетину нечітких множин знаходять мінімум їх функцій приналежності [3]: $\mu_{A_i}(v) = \min_{v \in V} (\mu_{A_{i1}}(u_1), \mu_{A_{i2}}(u_2), \dots, \mu_{A_{ip}}(u_p))$, де $V = U_1 \times U_2 \times \dots \times U_p$; $v = (u_1, u_2, \dots, u_p)$; $\mu_{A_j}(u_j)$ –

значення приналежності емітента u_j нечіткій множині A_j . Таким чином, d_i : «Якщо $x = A_i$, то $Y = B_i$ ».

Отже, обґрунтування вибору інструментів забезпечення функціонування основних засобів промислових підприємств із доступних альтернатив пропонується здійснити на основі наступних правил:

d_1 : «Якщо інструмент фінансово та організаційно доступний, розширює можливості функціонування основних засобів, то він доцільний у застосуванні»;

d_2 : «Якщо інструмент фінансово та організаційно доступний, розширює можливості функціонування основних засобів та забезпечує безперервність виробництва, то він більше ніж доцільний у застосуванні»;

d_3 : «Якщо інструмент фінансово та організаційно доступний, розширює можливості функціонування основних засобів, забезпечує безперервність виробництва, має часових обмежень, то він ідеальний»;

d_4 : «Якщо інструмент фінансово доступний та організаційно не доступний, розширює можливості функціонування основних засобів, то він не доцільний у застосуванні»;

d_5 : «Якщо інструмент фінансово не доступний, організаційно доступний, розширює можливості функціонування основних засобів, то він не доцільний у застосуванні з фінансової точки зору»;

d_6 : «Якщо інструмент фінансово та організаційно доступний, не розширює можливості функціонування основних засобів, то він не перспективний для розширеного відтворення основних засобів».

Критерії, за якими обираються інструменти забезпечення функціонування основних засобів, визначаються відповідно до галузевої специфіки та результатів попередніх досліджень [4], за якими визначальною ознакою доцільності застосування того чи іншого інструменту є доступність у всіх її проявах та форматах.

Доступність інструментів забезпечення функціонування основних засобів є на думку В.А. Шаповал та О.В. Горпинич обмеженням [5] в контексті їх ресурсного забезпечення: стримування у діях; заборону щодо використання; форма регулювання; впроваджені у виробничий процес певні процедури та правила [5]. За результатами дослідження «доступності» як обмеження виокремлено наступні відповідні критерії: x_1 – фінансові обмеження, F ; x_2 – організаційні обмеження, O ; x_3 – розширення можливостей функціонування основних засобів, M ; x_4 – забезпечує безперервність виробництва B ; x_5 – часові обмеження, T ; Y – доцільність у застосуванні. Можливі значення лінгвістичних даних наведено далі:

$$x_i \in [0;1] \quad x_1 \in \left\{ \begin{array}{l} \text{значні,} \\ \text{допустимі,} \\ \text{не значні.} \end{array} \right\}; \quad x_2 \in \left\{ \begin{array}{l} \text{повні,} \\ \text{часткові,} \\ \text{відсутні.} \end{array} \right\}; \quad x_3 \in \left\{ \begin{array}{l} \text{забезпечує,} \\ \text{частково,} \\ \text{не забезпечує.} \end{array} \right\}; \quad x_4 \in \left\{ \begin{array}{l} \text{забезпечує,} \\ \text{частково,} \\ \text{не забезпечує.} \end{array} \right\};$$

$$x_5 \in \left\{ \begin{array}{l} \text{передбачені механізмом реалізації,} \\ \text{періодичні,} \\ \text{відсутні.} \end{array} \right\}; Y \in \left\{ \begin{array}{l} \text{ідеальний} \\ \text{більше ніж доцільний,} \\ \text{доцільний у застосуванні,} \\ \text{менш ніж доцільний у застосуванні,} \\ \text{не доцільний,} \\ \text{не перспективний.} \end{array} \right\}.$$

Правила сформуємо відповідно певним значенням лінгвістичних змінних X_i , Y , які застосовуватимуться для оцінювання інструментів:

d_1 : Якщо $X_1 = \text{«допустимі»}$, $X_2 = \text{«часткові»}$, $X_3 = \text{«забезпечує»}$ то $Y = \text{«доцільний у застосуванні»}$;

d_2 : Якщо $X_1 = \text{«допустимі»}$, $X_2 = \text{«відсутні»}$, $X_3 = \text{«забезпечує»}$, $X_4 = \text{«забезпечує»}$, то $Y = \text{«більше ніж доцільний у застосуванні»}$;

d_3 : Якщо $X_1 = \text{«допустимі»}$, $X_2 = \text{«відсутні»}$, $X_3 = \text{«забезпечує»}$, $X_4 = \text{«забезпечує»}$, $X_5 = \text{«передбачені механізмом реалізації»}$, то $Y = \text{«ідеальний»}$;

d_4 : Якщо $X_1 = \text{«допустимі»}$, $X_2 = \text{«повні»}$, $X_3 = \text{«забезпечує»}$ то $Y = \text{«не доцільний у застосуванні»}$;

d_5 : Якщо $X_1 = \text{«значні»}$, $X_2 = \text{«відсутні»}$, $X_3 = \text{«забезпечує»}$ то $Y = \text{«не доцільний у застосуванні (з фінансової точки зору)»}$;

d_6 : Якщо $X_1 = \text{«допустимі»}$, $X_2 = \text{«часткові»}$, $X_3 = \text{«не забезпечує»}$ то $Y = \text{«не перспективний (для розширеного відтворення основних засобів)»}$.

Змінна Y задається на множині $J = \{0; 0,1; 0,2, \dots, 1\}$. Значення змінної Y задані за допомогою таких функцій приналежності:

$$D^{++} = \text{«ідеальний»} \quad \mu_Y(x) = \begin{cases} 1, \text{ якщо } x \in [0,9; 1] \\ 0, \text{ якщо } x < 0,9. \end{cases}$$

$$D^+ = \text{«більше ніж доцільний у застосуванні»} \quad \mu_Y(x) = x^2, x \in J;$$

$$D = \text{«доцільний у застосуванні»} \quad \mu_Y(x) = x, x \in J;$$

$$MND = \text{«менш ніж доцільний у застосуванні»} \quad \mu_{MV}(x) = \sqrt{x}, x \in J;$$

$$ND = \text{«не доцільний у застосуванні»} \quad \mu_{NV}(x) = 1 - \sqrt{x}, x \in J;$$

$$NP = \text{«не перспективний»} \quad \mu_{NV}(x) = 1 - x, x \in J.$$

Вибір здійснюється з 8 інструментів забезпечення функціонування основних засобів, вибір яких здійснено за критерієм доступності для ПАТ «ЗАЗ» на звітний період: фінансовий лізинг; аутсорсинг; вексельні кредити; довгострокові кредити; краудсорсинг; краудфайдинг; реінженіринг; участь в індустріальному парку) на множині $U = \{u_1, u_2, u_3, u_4, u_5, u_6, u_7, u_8\}$.

Оцінки інструментам задаються наступними нечіткими множинами на основі попередніх експертних даних:

Доцільність у застосуванні:

$$\text{- фінансові обмеження: } F = \{0,2/u_1; 0,3/u_2; 0,2/u_3; 0,4/u_4; 0,2/u_5; 0,7/u_6; 0,8/u_7; 0,3/u_8\};$$

$$\text{- організаційні обмеження: } O = \{0,1/u_1; 0,5/u_2; 0,1/u_3; 0,3/u_4; 0,5/u_5; 0,7/u_6; 0,8/u_7; 0,9/u_8\};$$

$$\text{- розширення можливостей: } M = \{0,4/u_1; 0,1/u_2; 0,2/u_3; 0,5/u_4; 0,2/u_5; 0,5/u_6; 0,8/u_7; 0,6/u_8\};$$

- забезпечує безперервність виробництва:

$$B = \{0,4/u_1; 0,1/u_2; 0,4/u_3; 0,8/u_4; 0,1/u_5; 0,2/u_6; 0,2/u_7; 0,3/u_8\};$$

$$\text{- часові обмеження: } T = \{0,5/u_1; 0,5/u_2; 0,8/u_3; 0,3/u_4; 0,9/u_5; 0,8/u_6; 0,2/u_7; 0,5/u_8\}.$$

З урахуванням ведених даних правила d_1 - d_6 матимуть наступний вигляд: d_1 : Якщо $X = F$ та O та M , то $Y = D$; d_2 : Якщо $X = F$ та O та M та B , то $Y = DD$; d_3 : Якщо $X = F$ та O та M та B та T , то $Y = DDD$; d_4 : Якщо $X = F$, не O та M , то $Y = ND$; d_5 : Якщо $X =$ не F , O та M , то $Y = MND$; d_6 : Якщо $X = F$ та O не M , то $Y = NP$.

Проведемо розрахунки функцій приналежності μ_{M_i} для лівих частин сформованих правил:

$$\text{для } d_1 : \mu_{M_1}(u) = \min(\mu_F(u), \mu_O(u), \mu_M(u));$$

$$M_1 = \{0,1/u_1, 0,1/u_2, 0,1/u_3, 0,3/u_4, 0,2/u_5, 0,5/u_6, 0,8/u_7, 0,3/u_8\};$$

для d_2 : $\mu_{M_2}(u) = \min(\mu_F(u), \mu_O(u), \mu_M(u), \mu_B(u))$;

$$M_2 = \{0,1/u_1, 0,1/u_2, 0,1/u_3, 0,3/u_4, 0,1/u_5, 0,2/u_6, 0,2/u_7, 0,3/u_8\}$$

для d_3 : $\mu_{M_3}(u) = \min(\mu_F(u), \mu_O(u), \mu_M(u), \mu_B(u), \mu_T(u))$;

$$M_3 = \{0,1/u_1, 0,1/u_2, 0,1/u_3, 0,3/u_4, 0,1/u_5, 0,2/u_6, 0,2/u_7, 0,3/u_8\}$$

для d_4 : $\mu_{M_4}(u) = \min(\mu_F(u), 1 - \mu_O(u), \mu_M(u))$;

$$M_4 = \{0,2/u_1, 0,1/u_2, 0,2/u_3, 0,4/u_4, 0,2/u_5, 0,3/u_6, 0,2/u_7, 0,1/u_8\}$$

для d_5 : $\mu_{M_5}(u) = \min(1 - \mu_F(u), \mu_O(u), \mu_M(u))$;

$$M_5 = \{0,1/u_1, 0,1/u_2, 0,1/u_3, 0,3/u_4, 0,2/u_5, 0,3/u_6, 0,2/u_7, 0,6/u_8\}$$

для d_6 : $\mu_{M_6}(u) = \min(\mu_F(u), \mu_O(u), 1 - \mu_M(u))$;

$$M_6 = \{0,1/u_1, 0,3/u_2, 0,1/u_3, 0,3/u_4, 0,2/u_5, 0,5/u_6, 0,2/u_7, 0,3/u_8\}$$

Запишемо правила наступним чином: d_1 : Якщо $X = M_1$, то $Y = D$; d_2 : Якщо $X = M_2$, то $Y = DD$; d_3 : Якщо $X = M_3$, то $Y = DDD$; d_4 : Якщо $X = M_4$, то $Y = ND$; d_5 : Якщо $X = M_5$, то $Y = MND$; d_6 : Якщо $X = M_6$, то $Y = NP$.

Далі застосуємо імплікацію Лукасевича [3] $\mu_D(i, j) = \min_{u \in U} (1, (1 - \mu_M(u) + \mu_Y(j)))$ для

$(u, j) \in U \times J$. В результаті отримаємо наступні нечіткі відношення на $U \times J$, табл. 1-6.

Таблиця 1

Нечіткі ідношення для правила d_1

		J	0	0,1	0,2	0,3	0,4	0,5	0,6	0,7	0,8	0,9	1
Y=D	u1		0,9	1,0	1,0	1,0	1,0	1,0	1,0	1,0	1,0	1,0	1,0
	u2		0,9	1,0	1,0	1,0	1,0	1,0	1,0	1,0	1,0	1,0	1,0
	u3		0,9	1,0	1,0	1,0	1,0	1,0	1,0	1,0	1,0	1,0	1,0
	u4		0,7	0,8	0,9	1,0	1,0	1,0	1,0	1,0	1,0	1,0	1,0
	u5		0,8	0,9	1,0	1,0	1,0	1,0	1,0	1,0	1,0	1,0	1,0
	u6		0,5	0,6	0,7	0,8	0,9	1,0	1,0	1,0	1,0	1,0	1,0
	u7		0,2	0,3	0,4	0,5	0,6	0,7	0,8	0,9	1,0	1,0	1,0
	u8		0,7	0,8	0,9	1,0	1,0	1,0	1,0	1,0	1,0	1,0	1,0

Джерело: розрахунки автора

Таблиця 2

Нечіткі відношення для правила d_2

		J	0	0,1	0,2	0,3	0,4	0,5	0,6	0,7	0,8	0,9	1
Y=DD	u1		0,9	0,9	0,9	1,0	1,0	1,0	1,0	1,0	1,0	1,0	1,0
	u2		0,9	0,9	0,9	1,0	1,0	1,0	1,0	1,0	1,0	1,0	1,0
	u3		0,9	0,9	0,9	1,0	1,0	1,0	1,0	1,0	1,0	1,0	1,0
	u4		0,7	0,7	0,7	0,8	0,9	1,0	1,0	1,0	1,0	1,0	1,0
	u5		0,9	0,9	0,9	1,0	1,0	1,0	1,0	1,0	1,0	1,0	1,0
	u6		0,8	0,8	0,8	0,9	1,0	1,0	1,0	1,0	1,0	1,0	1,0
	u7		0,8	0,8	0,8	0,9	1,0	1,0	1,0	1,0	1,0	1,0	1,0
	u8		0,7	0,7	0,7	0,8	0,9	1,0	1,0	1,0	1,0	1,0	1,0

Джерело: розрахунки автора

Таблиця 3

Нечіткі відношення для правила d_3

		J	0	0,1	0,2	0,3	0,4	0,5	0,6	0,7	0,8	0,9	1
Y=DDD	u1		0,9	0,9	0,9	0,9	0,9	0,9	0,9	0,9	0,9	0,9	1,0
	u2		0,9	0,9	0,9	0,9	0,9	0,9	0,9	0,9	0,9	0,9	1,0
	u3		0,9	0,9	0,9	0,9	0,9	0,9	0,9	0,9	0,9	0,9	1,0
	u4		0,7	0,7	0,7	0,7	0,7	0,7	0,7	0,7	0,7	0,7	1,0
	u5		0,9	0,9	0,9	0,9	0,9	0,9	0,9	0,9	0,9	0,9	1,0
	u6		0,8	0,8	0,8	0,8	0,8	0,8	0,8	0,8	0,8	0,8	1,0

Продовження табл. 3

u7	0,8	0,8	0,8	0,8	0,8	0,8	0,8	0,8	0,8	0,8	1,0
u8	0,7	0,7	0,7	0,7	0,7	0,7	0,7	0,7	0,7	0,7	1,0

Таблиця 4

Нечіткі відношення для правила d_4

Y=ND	J	0	0,1	0,2	0,3	0,4	0,5	0,6	0,7	0,8	0,9	1
	u1	1,0	1,0	1,0	1,0	1,0	1,0	1,0	1,0	0,9	0,9	0,8
	u2	1,0	1,0	1,0	1,0	1,0	1,0	1,0	1,0	1,0	1,0	0,9
	u3	1,0	1,0	1,0	1,0	1,0	1,0	1,0	1,0	0,9	0,9	0,8
	u4	1,0	1,0	1,0	1,0	1,0	0,9	0,8	0,8	0,7	0,7	0,6
	u5	1,0	1,0	1,0	1,0	1,0	1,0	1,0	1,0	0,9	0,9	0,8
	u6	1,0	1,0	1,0	1,0	1,0	1,0	0,9	0,9	0,8	0,8	0,7
	u7	1,0	1,0	1,0	1,0	1,0	1,0	1,0	1,0	0,9	0,9	0,8
	u8	1,0	1,0	1,0	1,0	1,0	1,0	1,0	1,0	1,0	1,0	0,9

Джерело: розрахунки автора

Таблиця 5

Нечіткі відношення для правила d_5

Y=MND	J	0	0,1	0,2	0,3	0,4	0,5	0,6	0,7	0,8	0,9	1
	u1	0,9	1,0	1,0	1,0	1,0	1,0	1,0	1,0	1,0	1,0	1,0
	u2	0,9	1,0	1,0	1,0	1,0	1,0	1,0	1,0	1,0	1,0	1,0
	u3	0,9	1,0	1,0	1,0	1,0	1,0	1,0	1,0	1,0	1,0	1,0
	u4	0,7	1,0	1,0	1,0	1,0	1,0	1,0	1,0	1,0	1,0	1,0
	u5	0,8	1,0	1,0	1,0	1,0	1,0	1,0	1,0	1,0	1,0	1,0
	u6	0,7	1,0	1,0	1,0	1,0	1,0	1,0	1,0	1,0	1,0	1,0
	u7	0,8	1,0	1,0	1,0	1,0	1,0	1,0	1,0	1,0	1,0	1,0
	u8	0,4	0,7	0,8	0,9	1,0	1,0	1,0	1,0	1,0	1,0	1,0

Джерело: розрахунки автора

Таблиця 6

Нечіткі відношення для правила d_6

Y=NP	J	0	0,1	0,2	0,3	0,4	0,5	0,6	0,7	0,8	0,9	1
	u1	1,0	1,0	1,0	1,0	1,0	1,0	1,0	1,0	1,0	1,0	0,9
	u2	1,0	1,0	1,0	1,0	1,0	1,0	1,0	1,0	0,9	0,8	0,7
	u3	1,0	1,0	1,0	1,0	1,0	1,0	1,0	1,0	1,0	1,0	0,9
	u4	1,0	1,0	1,0	1,0	1,0	1,0	1,0	1,0	0,9	0,8	0,7
	u5	1,0	1,0	1,0	1,0	1,0	1,0	1,0	1,0	1,0	0,9	0,8
	u6	1,0	1,0	1,0	1,0	1,0	1,0	0,9	0,8	0,7	0,6	0,5
	u7	1,0	1,0	1,0	1,0	1,0	1,0	1,0	1,0	1,0	0,9	0,8
	u8	0,7	0,7	0,7	0,7	0,7	0,7	0,7	0,7	0,7	0,7	0,7

Джерело: розрахунки автора

Загальне функціональне рішення D отримаємо в результаті перетину відношень D_1, \dots, D_6 .

Таблиця 7

Нечітке загальне функціональне рішення D

J	0	0,1	0,2	0,3	0,4	0,5	0,6	0,7	0,8	0,9	1	
	u1	0,9	0,9	0,9	0,9	0,9	0,9	0,9	0,9	0,9	0,9	0,8
	u2	0,9	0,9	0,9	0,9	0,9	0,9	0,9	0,9	0,9	0,8	0,7
	u3	0,9	0,9	0,9	0,9	0,9	0,9	0,9	0,9	0,9	0,9	0,8
	u4	0,7	0,7	0,7	0,7	0,7	0,7	0,7	0,7	0,7	0,7	0,6
	u5	0,8	0,9	0,9	0,9	0,9	0,9	0,9	0,9	0,9	0,9	0,8
	u6	0,5	0,6	0,7	0,8	0,8	0,8	0,8	0,8	0,7	0,6	0,5
	u7	0,2	0,3	0,4	0,5	0,6	0,7	0,8	0,8	0,8	0,8	0,8
	u8	0,4	0,7	0,7	0,7	0,7	0,7	0,7	0,7	0,7	0,7	0,7

Джерело: розрахунки автора

Далі необхідно розрахувати задовільність кожної з окремих альтернатив за правилом композиційного виведення у нечіткій середі [3]: $E_k = G_k \circ D$, E_k - ступінь задоволення альтернативи k ; G_k - відображення альтернативи k у вигляді нечіткої підмножини U ; D - загальне функціональне рішення.

У результаті маємо [3]: $\mu_{E_k} = \max_{u \in U} (\min(\mu_{G_k}(u), \mu_D(u)))$. Крім того, $\mu_{G_k}(u) = 0$, якщо $u \neq u_k$, $\mu_{G_k}(u) = 1$, якщо $u = u_k$, маємо: $\mu_{E_k}(i) = \mu_D(u_k, i)$. Дане правило використаємо для порівняння нечітких підмножин в одиночному інтервалі з метою визначення найкращого результату-рішення на базі точкових оцінок.

Розраховуємо рівневі множини E_{j_α} та середнє значення елементів множини $M(E_\alpha)$ наступним чином [3]: $M(E_\alpha) = \sum_{j=1}^n \frac{i_j}{n}; i_j \in E_\alpha, E_\alpha \in \{a \leq i \leq b\}$.

Див. табл. 8-15. При цьому, вагомість рівневих множин визначається наступним чином: $0 < \alpha_1 \leq 0,5, d\alpha_1 = 0,5$; $0,5 < \alpha_2 \leq 0,6, d\alpha_2 = 0,1$; $0,6 < \alpha_3 \leq 0,7, d\alpha_3 = 0,1$; $0,7 < \alpha_4 \leq 0,8, d\alpha_4 = 0,1$; $0,8 < \alpha_5 \leq 0,9, d\alpha_5 = 0,1$; $0,9 < \alpha_6 \leq 1, d\alpha_6 = 0,1$.

Таблиця 8

Рівневі множини E_{1_α} та середнє значення елементів множин $M(E_\alpha)$

J												$M(E_\alpha)$
$E_{1_{\alpha_1}}$	0	0,1	0,2	0,3	0,4	0,5	0,6	0,7	0,8	0,9	1	0,5
$E_{1_{\alpha_2}}$	0	0,1	0,2	0,3	0,4	0,5	0,6	0,7	0,8	0,9	1	0,5
$E_{1_{\alpha_3}}$	0	0,1	0,2	0,3	0,4	0,5	0,6	0,7	0,8	0,9	1	0,5
$E_{1_{\alpha_4}}$	0	0,1	0,2	0,3	0,4	0,5	0,6	0,7	0,8	0,9	1	0,5
$E_{1_{\alpha_5}}$	0	0,1	0,2	0,3	0,4	0,5	0,6	0,7	0,8			0,4
$E_{1_{\alpha_6}}$												0

Джерело: розрахунки автора

Таблиця 9

Рівневі множини E_{2_α} та середнє значення елементів множин $M(E_\alpha)$

J												$M(E_\alpha)$
$E_{2_{\alpha_1}}$	0	0,1	0,2	0,3	0,4	0,5	0,6	0,7	0,8	0,9	1	0,5
$E_{2_{\alpha_2}}$	0	0,1	0,2	0,3	0,4	0,5	0,6	0,7	0,8	0,9	1	0,5
$E_{2_{\alpha_3}}$	0	0,1	0,2	0,3	0,4	0,5	0,6	0,7	0,8	0,9	1	0,5
$E_{2_{\alpha_4}}$	0	0,1	0,2	0,3	0,4	0,5	0,6	0,7	0,8	0,9		0,45
$E_{2_{\alpha_5}}$	0	0,1	0,2	0,3	0,4	0,5	0,6	0,7	0,8			0,4
$E_{2_{\alpha_6}}$												0

Джерело: розрахунки автора

Таблиця 10

Рівневі множини E_{3_α} та середнє значення елементів множин $M(E_\alpha)$

J												$M(E_\alpha)$
$E_{3_{\alpha_1}}$	0	0,1	0,2	0,3	0,4	0,5	0,6	0,7	0,8	0,9	1	0,5
$E_{3_{\alpha_2}}$	0	0,1	0,2	0,3	0,4	0,5	0,6	0,7	0,8	0,9	1	0,5
$E_{3_{\alpha_3}}$	0	0,1	0,2	0,3	0,4	0,5	0,6	0,7	0,8	0,9	1	0,5

Продовження таб. 10

$E_{3\alpha 4}$	0	0,1	0,2	0,3	0,4	0,5	0,6	0,7	0,8	0,9	1	0,5
$E_{3\alpha 5}$	0	0,1	0,2	0,3	0,4	0,5	0,6	0,7	0,8			0,40
$E_{3\alpha 6}$												0,00

Джерело: розрахунки автора

Таблиця 11

Рівневі множини $E_{4\alpha}$ та середнє значення елементів множин $M(E_\alpha)$

J													$M(E_\alpha)$
$E_{4\alpha 1}$	0	0,1	0,2	0,3	0,4	0,5	0,6	0,7	0,8	0,9	1	0,5	
$E_{4\alpha 2}$	0	0,1	0,2	0,3	0,4	0,5	0,6	0,7	0,8	0,9	1	0,5	
$E_{4\alpha 3}$	0	0,1	0,2	0,3	0,4	0,5	0,6	0,7	0,8			0,4	
$E_{4\alpha 4}$												0	
$E_{4\alpha 5}$												0	
$E_{4\alpha 6}$												0	

Джерело: розрахунки автора

Таблиця 12

Рівневі множини $E_{5\alpha}$ та середнє значення елементів множин $M(E_\alpha)$

J													$M(E_\alpha)$
$E_{5\alpha 1}$	0	0,1	0,2	0,3	0,4	0,5	0,6	0,7	0,8	0,9	1	0,5	
$E_{5\alpha 2}$	0	0,1	0,2	0,3	0,4	0,5	0,6	0,7	0,8	0,9	1	0,5	
$E_{5\alpha 3}$	0	0,1	0,2	0,3	0,4	0,5	0,6	0,7	0,8	0,9	1	0,5	
$E_{5\alpha 4}$	0	0,1	0,2	0,3	0,4	0,5	0,6	0,7	0,8	0,9	1	0,5	
$E_{5\alpha 5}$		0,1	0,2	0,3	0,4	0,5	0,6	0,7	0,8			0,45	
$E_{5\alpha 6}$													

Джерело: розрахунки автора

Таблиця 13

Рівневі множини $E_{6\alpha}$ та середнє значення елементів множин $M(E_\alpha)$

J													$M(E_\alpha)$
$E_{6\alpha 1}$	0	0,1	0,2	0,3	0,4	0,5	0,6	0,7	0,8	0,9	1	0,5	
$E_{6\alpha 2}$		0,1	0,2	0,3	0,4	0,5	0,6	0,7	0,8	0,9		0,5	
$E_{6\alpha 3}$			0,2	0,3	0,4	0,5	0,6	0,7	0,8			0,5	
$E_{6\alpha 4}$				0,3	0,4	0,5	0,6	0,7				0,5	
$E_{6\alpha 5}$												0	
$E_{6\alpha 6}$												0	

Джерело: розрахунки автора

Таблиця 14

Рівневі множини $E_{7\alpha}$ та середнє значення елементів множин $M(E_\alpha)$

J												$M(E_\alpha)$
$E_{7\alpha_1}$				0,3	0,4	0,5	0,6	0,7	0,8	0,9	1	0,65
$E_{7\alpha_2}$					0,4	0,5	0,6	0,7	0,8	0,9	1	0,7
$E_{7\alpha_3}$						0,5	0,6	0,7	0,8	0,9	1	0,75
$E_{7\alpha_4}$							0,6	0,7	0,8	0,9	1	0,8
$E_{7\alpha_5}$												0,00
$E_{7\alpha_6}$												0,00

Джерело: розрахунки автора

Таблиця 15

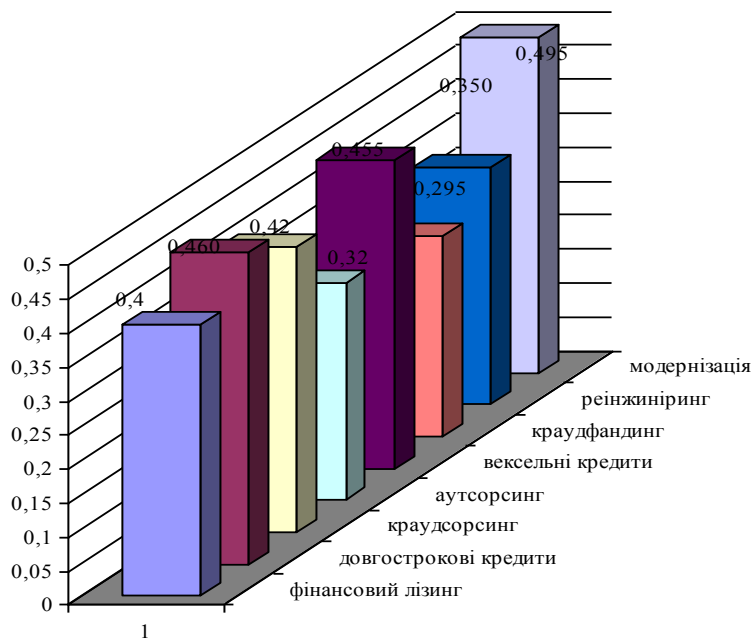
Рівневі множини $E_{8\alpha}$ та середнє значення елементів множин $M(E_\alpha)$

J												$M(E_\alpha)$
$E_{8\alpha_1}$				0,3	0,4	0,5	0,6	0,7	0,8	0,9	1	0,65
$E_{8\alpha_2}$					0,4	0,5	0,6	0,7	0,8	0,9	1	0,7
$E_{8\alpha_3}$						0,5	0,6	0,7	0,8	0,9	1	0,75
$E_{8\alpha_4}$							0,6	0,7	0,8	0,9	1	0,8
$E_{8\alpha_5}$												0,00
$E_{8\alpha_6}$												0,00

Джерело: розрахунки автора

За наступною формулою розрахуємо точкові оцінки [3], а результати представимо на рис.1:

$$F(E) = \frac{1}{\alpha_{\max}} \int_0^{\alpha_{\max}} M(E_\alpha) d\alpha, \text{ де } \alpha_{\max} - \text{максимальне значення в множині E.}$$

Рис. 1. Точкові оцінки $F(E)$. Джерело: розрахунки автора

Висновки. У підсумку зазначимо, за правилом обрання найкращої оцінки за її максимальним значенням встановлено, що саме реінжиніринг бізнес процесів є найкращим інструментом забезпечення не тільки функціонування основних засобів ПАТ «ЗАЗ» на необхідному виробничтві рівні, а і стане запорукою розвитку системи. Крім того зауважимо, такі інструменти як фінансовий лізинг та вексельні кредити мають однакове значення точкових оцінок, а саме: 0,44. Дані інструменти достатньо популярні та вже себе зарекомендували на ринках багатьох товарів та послуг, проте, їх оцінки би різнилися, якщо б замість вексельних кредитів було б широко застосовуваним кредитування від виробника, яке має значно кращі параметри. До того ж, краудсорсинг та аутсорсинг також близькі за значенням - 0,445 та 0,435 відповідно. І це не дивно, оскільки реінжиніринг бізнес-процесів передбачає акумулювання інтелектуального капіталу не тільки із внутрішнього середовища підприємства, а і ззовні засобами та технологіями краудсорсингу. Одночасно механізм аутсорсингу дасть змогу знизити тиск на виробничу систему для виокремлення періоду та ресурсів на її модернізацію. Низькі оцінки продемонстрували такі інструменти як довгострокові кредити – 0,34, що пояснюється складністю довгострокового кредитування в Україні, та участь в індустріальному парку – 0,385, в результаті недостатньої розвиненості механізму.

Таким чином, використаний підхід багатокритеріального вибору альтернатив на основі правила нечіткого логічного висновку дає змогу множині експертних оцінок за різними параметрами узагальнити та інтегрувати в єдине кількісне значення для спрощення та підвищення ефективності прийняття управлінських рішень щодо забезпечення функціонування основних засобів промислових підприємств. Для врахування особливостей конкретного промислового підприємства змінною компонентною у моделі виступатимуть множина інструментів U , критерії вибору X та правила d . Проте, у нечіткій моделі закладено базові інструменти та логічно обґрунтований пріоритетний критерій – їх доступність.

Література

1. Єлькін А.В. Ефективність використання основних виробничих фондів на підприємствах: дис. ... канд. екон. наук : 08.00.04. Запоріжжя, 2017. 218 с.
2. Неміш Ю.В. Формування основних засобів та управління ними у м'ясопереробних підприємствах : дис. ... канд. екон. наук : 08.00.04. Львів, 2015. 214 с.
3. Андрейчиков А.В., Андрейчикова О.Н. Анализ, синтез, планирование, решений в экономике: Учебное издание. – М.: «ФИНАНСЫ И СТАТИСТИКА», 2000. – 203 с.
4. Кулько-Лабінцева І.В. Зміст, суть та значення категорії доступності в сфері функціонування основних засобів /І.В. Кулько-Лабінцева // Науково-практичний журнал «Причорноморські економічні студії». – № 3. – 2016. – с. 149-155.
5. Шаповал В. А. Оновлення основних засобів гірничих підприємств: стратегія, фінансування, проектний підхід / В. А. Шаповал, О. В. Горпинич // Економічний вісник НГУ. – 2016. – Т. 54. – №. 54. – С. 82–90.

References

1. Ielkin A.V. Efektyvnist vykorystannia osnovnykh vyrobnychkh fondiv na pidpriemstvakh: dys. ... kand. ekon. nauk : 08.00.04. Zaporizhzhia, 2017. 218 s.
2. Nemish Yu. V. Formuvannia osnovnykh zasobiv ta upravlinnia nymy u miasopererobnykh pidpriemstvakh : dys. ... kand. ekon. nauk : 08.00.04. Lviv, 2015. 214 s.
3. Andreichikov A.V., Andreichikova O.N. Analiz, syntezy, planirovaniye, resheniya v ekonomyyke: Uchebnoye yzdanye. – M.: «FYNANSI Y STATYSTYKA», 2000. – 203 s.
4. Kulko-Labintseva I.V. Zmist, sut ta znachennia katehorii dostupnosti v sferi funktsionuvannia osnovnykh zasobiv /I.V. Kulko-Labintseva // Naukovo-praktychnyi zhurnal «Prychornomorski ekonomichni studii». – № 3. – 2016. – s. 149-155.
5. Shapoval V. A. Onovlennia osnovnykh zasobiv hirnychkh pidpriemstv: stratehiia, finansuvannia, proektnyi pidkhid / V. A. Shapoval, O. V. Horpynych // Ekonomichnyi visnyk NHU. – 2016. – T. 54. – №. 54. – S. 82–90.

Рецензія/Peer review : 02.05.2018

Надрукована/Printed : 06.06.2018

Рецензент: д. е. н., проф. Ковальчук С. В.

УДК 658.310.9:330.1.04

ЛІХОНОСОВА Г. С.

Східноукраїнський національний університет імені Володимира Даля, м. Сєвєродонецьк

КОНЦЕПТУАЛЬНІ ЗАСАДИ РЕГУЛЮВАННЯ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОГО ВІДТОРГНЕННЯ НА ПІДПРИЄМСТВАХ

У статті охарактеризовано концептуальні засади регулювання соціально-економічного відторгнення на підприємствах. Розроблено концепцію усунення соціально-економічного відторгнення підприємства, визначено основні її елементи, принципи та закономірності їх поєднання; позначені напрямки оцінювання готовності підприємства до інтрапренерству; охарактеризовані принципи прояви опортуністичного поведінки персоналу підприємства відповідно до класифікації рівнів відторгнення.

Ключові слова: концепція, регулювання, відторгнення, підприємство, персонал, біфуркації, мотивація, флуктуація, подолання.

LIKHONOSOVA G.

Volodymyr Dahl East Ukrainian National University

CONCEPTUAL ASPECTS OF REGULATION OF SOCIAL AND ECONOMIC EXCLUSION AT ENTERPRISES

The article describes the conceptual principles of regulation of social and economic exclusion at enterprises. The concept of elimination of socio-economic rejection of the enterprise has been developed, its main elements, principles and regularities of their combination are determined; the directions of evaluation of the company's readiness for inappropriateness are indicated; Characterized principles of manifestation of opportunistic behavior of the personnel of the enterprise according to the classification of levels of exclusion.

A new level of enterprise development can be achieved by changing the areas of its influence. The larger and more complex an enterprise becomes and its borders are clearer, the greater the area of activity falls within its interests. Intelligent leaders here combine the principles of diversification of activities - the next cycle of self-organization of a company with a larger area of market coverage and higher profits begins.

Interoperability, as a regularity of regulation of socio-economic rejection, arises on the basis of the synergistic combination of the above basic categories and principles. At enterprises, support for intrapreneurship is expressed in the promotion of inventors and innovators - highly effective intracompany entrepreneurs who are looking for opportunities for the development of the initiative, the development of new products, technology for the development of new spheres of activity with the use of internal resources. To fully understand the consequences of eliminating the socio-economic rejection of an enterprise, it is necessary to consider the enterprise from the point of view of system thinking: that is, the enterprise is an independent, holistic, functioning and open system that can react in a certain way to all interferences in its state. In order to achieve certain positive desirable shifts in the socio-economic state of the enterprise management should use the principle of the leverage, with a clear definition of the optimal point of its application.

Key words: concept, regulation, rejection, enterprise, personnel, bifurcations, motivation, fluctuation, overcoming.

Постановка проблеми. Основною характеристикою соціально-економічного відторгнення на підприємстві є наявність певного моменту в діяльності підприємства, коли всі наступні поліпшення відторгаються системою, стають все менш значущими і навпаки призводять до погіршення ситуації. Іншими словами відторгнення служить індикатором закону «падіння ефективності» [1, с. 18]. В умовах системних зв'язків (а підприємство і є складною соціально-економічною відкритою системою) підприємство без наявності зовнішніх коригувальних імпульсів приречене на самознищення.

Інтенсивність праці на межі, постійно зростаюче споживання без створення механізму, змушує усвідомлювати і регулювати соціально-економічні відносини всередині підприємства, в кінцевому підсумку призводить до ініціювання відторгнення і поступового загасання підприємства.

Для усунення такого стану підприємства, досягнення можливості переходу на іншу фазу розвитку життєвого циклу підприємства та коректного управління ним, перш за все необхідний зважений, концептуальний підхід до розуміння процесів відторгнення на сучасному підприємстві.

Для підприємства процес регулювання соціально-економічного відторгнення є перманентний процес його функціонування, залучає працівників структурних підрозділів до ефективної праці на благо підприємства без втручання зовнішніх керуючих факторів. Управляє працівниками сама спільну справу. В основу процесу регулювання соціально-економічного відторгнення підприємства закладено організаційно-економічні та соціально-психологічні стимули працівників. Розвиток процесів регулювання відторгнення передбачає подолання стереотипів управління, де об'єкт управління завжди виконує пасивну роль, суд має приймати відповідну форму спілкування і виконувати певні команди. Прикладом регулювання соціально-економічного відторгнення на підприємстві, спрямованого на підвищення його добробуту, можна вважати самостійну організацію колективу в групі (комітети) контролю за якістю продукції, що випускається.

З огляду на міждисциплінарний характер дослідження процесів відторгнення, фахівці різних профілів виділяють в якості головних ті ознаки відторгнення, які характерні саме їх спеціалізації. У разі

технічного тлумачення, це когерентні взаємодії, в медико-біологічному – фрактальність структури, процеси еволюції або біфуркаційні явища та інше. Щодо досліджень відторгнення в економічній діяльності, то більшість з них направлено на виявлення впливів процесів відторгнення на соціально-економічну діяльність суспільства [2, с. 57]. Підприємство, як первинна ланка відторгнення в сфері економіки, залишається поки поза увагою.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Аналізуючи наукові розробки по теоретико-методологічних підходів розуміння відторгнення [3, с. 86; 4; 5; 6, с. 120], слід зазначити, що в даний час майже не існує теоретичних і практичних рекомендацій щодо відторгнення мікрорівня економічного середовища – окремої бізнес-одиниці. Перенесення досягнень технічних, медичних, біологічних, природних і соціальних наук на соціально-економічного середовища підприємства, породжує тільки плутанину в теоретичних підходах і тлумаченнях поняття відторгнення. Саме тому на підставі тенденцій розвитку навколишнього світу, економіці вкрай необхідна побудова єдиної концепції відторгнення і, зокрема створення концептуальних основ регулювання соціально-економічного відторгнення на рівні підприємства, заснованої на певних поняттях, визначених принципах і обґрунтованих закономірностях їх поєднання.

Проблеми соціального відторгнення досить широко представлені також й у роботах закордонних дослідників [7]. Проте їхній взаємозв'язок та взаємний вплив на економічну площину у сфері підприємства наразі практично не досліджені. Основні концепції відторгнення базуються на концепції суспільного договору, що опосередковано відображені у Т. Гоббса [8, с. 147], Дж. Локк [9, с. 157-185], Ж. Руссо [10, с. 155].

Мета статті – охарактеризувати концептуальні засади регулювання соціально-економічного відторгнення на підприємствах, а також варіанти можливого його потенціального балансування у бік усунення чи нейтралізації.

Виклад основного матеріалу. Регулювання соціально-економічного відторгнення на підприємстві передбачає розвиток такої інфраструктури, де працівник прямо залучений в процес підвищення ефективності виробництва без необхідності постійного управління і зовнішніх впливів.

До розробки концепції регулювання відторгнення на підприємстві підійдемо з позицій ідентифікації її основних компонентів. Судячи з словникових тлумачень [11, с. 496; 12, с. 296], ідентифікація є процесом визнання тотожності, ототожнення об'єктів за сукупністю загальних і приватних ознак; встановлення відповідності розпізнається предмета шляхом порівняння їх фізичних, хімічних та інших властивостей. Компонентами концепції регулювання соціально-економічного відторгнення на підприємстві (рис. 1) виступають елементи виробничої, соціальної та управлінської підсистем загальної системи функціонування окремого підприємства.

Особистість є базовою одиницею в ланцюгу виникнення відторгнення. Особистість – конкретна людина з погляду її культури, особливостей характеру та поведінки [11, с. 861]. Саме поведінка та особистісне сприйняття людини стають відправною точкою процесів виникнення чи усунення соціально-економічного відторгнення на підприємстві. Несприйняття тих чи інших управлінських ініціатив, невдоволення виробничими умовами, умовами оплати праці та інші фактори призводять до виникнення незацікавленості та байдужості в результатах та якості продукції чи послуг, що надаються підприємством.

Система ціннісних орієнтирів підприємства полягає у поєднанні моральних принципів робітників, споживачів та самого підприємства, тобто створення нової системи цінностей, яку ставить перед собою керівництво та мотивовано нав'язує персоналу.

Результати дослідження. Прояв процесів відторгнення починається з моменту переосмислення працівником своєї власної ролі у загальній справі, відсутності чи появи зацікавленості та задоволення від результату спільних дій, продовжується під час виходу підприємства на нові для нього ринки (нові сфери діяльності для працівників).

Регулювання відторгнення у такому вигляді полягає у побудові управлінського алгоритму дій персоналу у тій чи іншій ситуації без можливості неприйняття результату, а миттєвого та адекватного реагування на конкретні фактори.

Відсутність збалансованості в теоретичних поглядах на проблему соціально-економічного відторгнення проявляється в переважанні в сучасній літературі інтересу до питань опортунізму і соціального партнерства. Недооцінка причинно-наслідкових зв'язків призводить до того, що питанням відторгнення на підприємстві не надають належного значення, в той час як вивчення даної проблеми здатне дати відповіді на питання про причини суті такого поширеного явища як опортунізм.

З точки зору економічної поведінки суб'єкта соціально-економічних відносин, опортунізм можна трактувати як форму егоїстичної поведінки у вигляді певного роду «ухиляння», коли персонал працює з меншою віддачею, ніж від нього це вимагається умовами контракту.

Отже, опортуністична поведінка є джерелом невизначеності, недостатнього розуміння реакції та сатисфакції персоналу. Таке невизначення здатне викликати певні проблеми у вигляді явних та прихованих збитків і втрат в економічних угодах. В результаті, опортунізм працівників обертається для підприємства витратами, як прямими, коли працівники не в повному обсязі виконують свої обов'язки, так і витратами «втрачених можливостей» підприємства.

Наразі теорія довіри стає ключовою теорією для оцінювання стабільності в будь-якій сфері, наявності демократичних фундаментів та процвітання суспільства. На більшості підприємствах, як з боку працівників, так і з боку роботодавців існує певний ступень недовіри один до одного. Працівник недовіряє роботодавцю, бо вважає, що той використовує його лише у якості засобів виробництва, не зважаючи на його особистісні якості та переважання. А роботодавець недовіряє працівнику, виходячи з проявів опортуністичної поведінки останнього. Тож, криза довіри також є наступною ланкою ланцюга виникнення та поширення відторгнення, усунення якого здатне впливати на нівелювання всього процесу відторгнення на підприємстві.

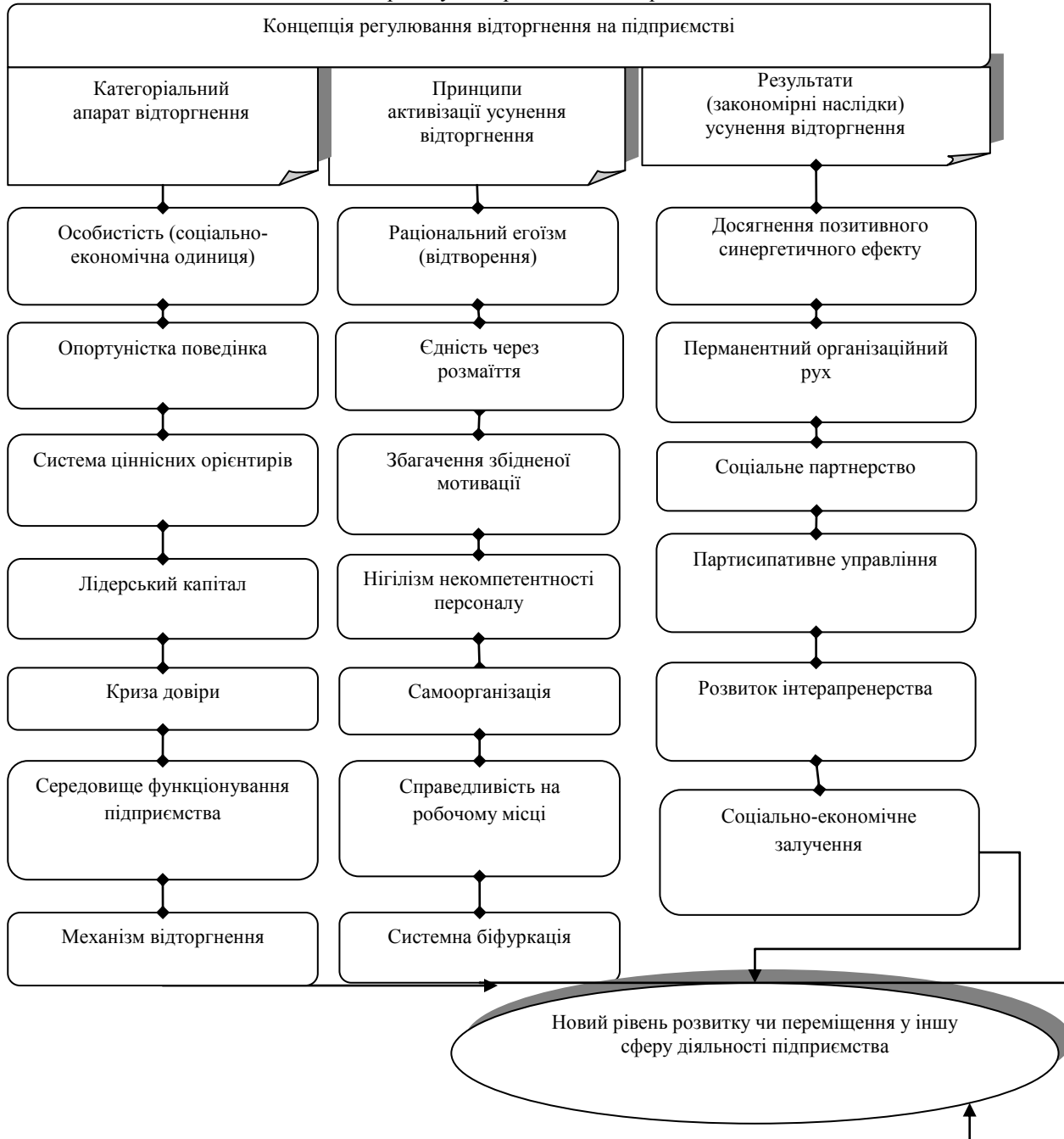


Рис. 1. Концепція регулювання соціально-економічного відторгнення на підприємствах
Джерело: розроблено автором

Довіра наряду з впливом, справедливістю та харизмою є якостями лідерства. Проте всі ці якості є результатом сумісного членства в певній групі. Тобто бути лідером одночасно значить знаходитися всередині групи, і при цьому, бути виокремленим (завдяки лідерським якостям) її членом. Тобто існує ризик перевищення ступеня виокремлення та появи вже відторгнення.

Феномен накопичення лідерського капіталу залучає увагу не лише вчених, що присвячують свої праці наукам про людину, але й практиків, що професійно займаються підприємництвом, менеджментом, зв'язкам усередині соціально-економічних системах.

Активізація процесів регулювання соціально-економічного відторгнення на промисловому підприємстві є результатом надання структурних підрозділам підприємства відносної організаційної самостійності у рамках загальної програми діяльності, застосування новітніх підходів управління, що спонукають конкурентні відносини між підрозділами та дозволяють впровадити нематеріальну зацікавленість працівників у результатах їхньої праці. Завдяки системній пам'яті складна система здатна накопичувати лідерський капітал (рис. 2).

Маскулінність як процес набуття жінками чоловічих лідерських рис під впливом соціальних умов [11, с. 649] та домінування як позиціонування з основною, панівною ідеєю [11, с. 316] призводять до формування базового підґрунтя лідерського капіталу на підприємстві. Гнучкість поведінки потенційного лідера наряду з його розумовими здатностями забезпечують лідера превалюючими якостями над іншими з точки зору розпізнавання та реагування та певні ситуаційні явища.

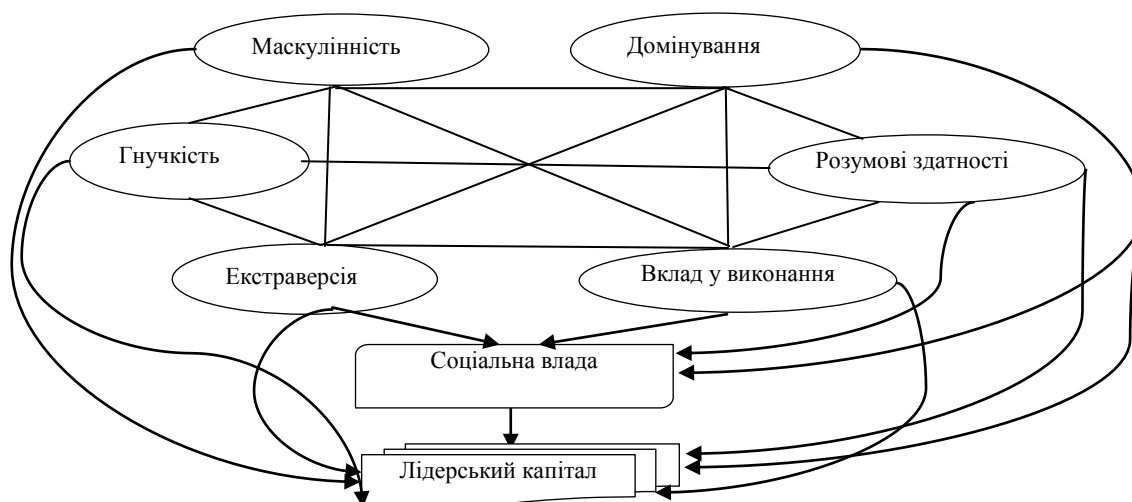


Рис. 2. Активізація лідерського капіталу в рекурентній конекційній мережі підприємства

Джерело: розроблено автором

Екстраверсія як орієнтація пізнавальної та практичної діяльності лідера на об'єкти та імпульси зовнішнього по відношенню до себе та підприємства світу дають можливість формувати у лідера властивості нестандартного розуміння ситуації, спираючись на наявний світовий досвід.

Всі ці характеристики особистості та лідерські якості, взаємодіючи через прямі та зворотні системні зв'язки призводять до формування з окремої особи лідера в рекурентній конекційній мережі (рис. 2). Це означає що, відкрита соціально-економічна система, якою є підприємство, функціонуючи дає змогу відшкодувати значення величини за знайденими раніше іншими значеннями тієї самої величини [11, с. 1212]. Тобто підприємство здатне самостійно «виросувати» в своєму середовищі власного лідера, який є результатом функціонування самого колективу без зовнішніх впливів. Тут наочно проявляються принципи дії процесів самоорганізації.

Механізм відторгнення ґрунтується на флуктаційній взаємодії його складових. Під флуктуацією розуміємо випадкове відхилення стійкого значення величини від її середнього значення, обумовленого хаотичним рухом частин системи [12, с. 741]. Флуктація підприємства полягає у невизначеності характеру та кінцевого результату сполучення його організаційних, економічних та соціальних складових.

Принципами активізації регулювання відторгнення на підприємстві можуть виступати раціональний егоїзм (у напрямі відтворення), єдність через різноманіття, збагачення збідненої мотивації, нігілізм навчання персоналу, самоорганізація, альтернативність праці та біфуркація.

Раціональний егоїзм персоналу на підприємстві – це здатність працівників, переслідуючи власні інтереси, сприяє загальному результативному виробничому процесу підприємства. Раціонально спрямований егоїст підприємства розуміє, що задовольнити свої інтереси він може лише піклуючись про оточуючих його людей, забезпечуючи належні умови для загального користування.

Тобто для цілей регулювання проявів відторгнення на підприємстві саме раціональний егоїзм, тобто розуміння особистісної, власної вигоди (отримання нових знань, кар'єрне зростання, матеріальна винагорода, нові комунікативні зв'язки, позитивний статус в соціумі тощо) здатен залучити працівника до загальної справи підприємства із зацікавленням у якісному результаті.

Принцип усунення відторгнення «єдність через різноманіття» передбачає погляд на підприємство з глибинної соціо-філософської точки зору, як системи, що вирощує способи поведінки всередині колективу, кожен член якого є представником власних егоїстичних ціннісних орієнтирів.

Збагачення збідненої мотивації працівника надасть можливість усунути прояви відторгнення та залучити його до сумісної, відповідальної праці. На практиці це означає додавання до виконуваної

працівником роботи завдань або функцій, що дозволяють підвищити відповідальність виконавця за планування, організацію, контроль, оцінювання власної роботи.

Нігілізм некомпетентності персоналу як управлінський підхід, який абсолютно заперечує прийняття результатів необізнаної праці, виконаної працівником без достатніх знань та відповідної кваліфікації, має використовуватися як принцип усунення відторгнення на підприємстві. Управлінський підхід по усуненню некомпетентності власного персоналу, впроваджуючи різні заходи навчання та підвищення кваліфікації, просто усуває можливість отримання неякісного результату на виході та опортуністичної поведінки всередині колективу.

Відтак, механізм соціально-економічного відторгнення підприємства являє собою комплекс об'єкту, суб'єкту відторгнення, принципи їх взаємодії та характерні прямі та зворотні зв'язки між ними.

Предметом соціально-економічного відторгнення підприємства виступають процеси внутрішньої організаційної нестабільності, випадкового зародження новітніх ідей, творчого впровадження задумів у практичну діяльність підприємства.

Об'єктом соціально-економічного відторгнення є: 1) само підприємство, як відкрита, складна система в нерівноважному стані, що характеризується мимовільним та інтенсивним обміном ресурсами, енергією, інформацією, знаннями і видами діяльності між підрозділами підприємства і між підприємством і його оточенням; 2) персонал підприємства, як носій соціально-економічної інформації та головний індикатор реакції на внутрішні та зовнішні відносно підприємства збурення. Ключ до розуміння імпульсів, що породжують процеси відторгнення полягає в дослідженні процесів взаємодії підприємства з навколишнім середовищем та визначенні типів впливу системних зовнішніх та внутрішніх зв'язків.

У дослідженні процесів відторгнення на підприємстві закономірність являє собою об'єктивну тенденцію, яка є наслідком нагромадження досвіду функціонування та перманентної зміни організаційного устрою підприємства. Враховуючи це концепція усунення соціально-економічного відторгнення підприємства передбачає досягнення відповідних закономірних підсумків: досягнення позитивного синергетичного ефекту; партисипативне управління; соціальне партнерство; розвиток інтрапренерства; перманентний організаційний рух підприємства.

Все ці закономірності призведуть до кінцевого результату регулювання соціально-економічного відторгнення – виходу підприємства на новий рівень його розвитку або переміщення у іншу сферу діяльності.

Оскільки «розвиток» є поняттям сутнісним [11, с. 1235] і має на увазі ступень певної зрілості, бажану зміну якостей, то його наслідки залежать від стартової ситуації (конкретного соціально-економічного стану підприємства), системи ціннісних орієнтирів підприємства та завдань, які ставляться керівництвом. Тобто це перелік характерних ознак, які підприємство намагається досягти чи максимізувати.

Новий рівень розвитку підприємства можна досягти шляхом зміни сфер (зон) його впливу. Чим масштабніше та складніше стає підприємство і прозоріші його границі, тим більша зона діяльності підпадає під його інтереси. Розумні керівники тут підключають принципи диверсифікації діяльності – починається наступний цикл самоорганізації підприємства з більшою зоною охоплення ринку та більшими прибутками.

Інтрапренерство, як закономірність регулювання соціально-економічного відторгнення, виникає на основі дії синергетичного сполучення означених вище базисних категорій та принципів. На підприємствах підтримка інтрапренерства виражається в заохоченні винахідників і новаторів – високоефективних внутрішньофірмових підприємців, які вишукують можливості для розвитку ініціативи, розробки нової продукції, технології освоєння нових сфер діяльності з використанням внутрішніх ресурсів.

У свою чергу, для реалізації інтрапренерства необхідна наявність належних ресурсів та готовності підприємства до його реалізації (рис. 3), а також створення відповідної організаційної структури, що дозволяє встановити тісний контакт між організацією та інтрапренером.



Рис. 3. Напрями оцінювання готовності підприємства до інтрапренерства

Джерело: розроблено автором

Партисипативне управління — це один із видів управління, який заснований на участі найманих працівників в управлінні виробництвом; один із сучасних методів управління в менеджменті. Ознакою партисипативного управління на підприємстві є відносини між робітниками та керівниками, засновані на партнерстві. Партисипативне управління підвищує продуктивність праці, реалізує соціальні потреби працівника, сприяє підвищенню ефективності управлінських рішень. Партисипативне управління — це ефективний спосіб використання потенціалу організації, його управління та розвитку.

Відтак, під концепцією усунення соціально-економічного відторгнення підприємства слід розуміти теоретичну конструкцію процесу еволюції підприємства, що розпочинається з базисних засад функціонування підприємства (категорій відторгнення), які добудовуються під час дії принципів усунення відторгнення та утворюють більш ефективні структури чи позиції щодо розвитку підприємства.

Висновки. Таким чином, запропонована концепція усунення соціально-економічного відторгнення підприємства здатна вивести підприємство на новий рівень його розвитку. Але при цьому слід брати до уваги, що процеси відторгнення практично ніколи не завершуються, а можуть тільки переходити в іншу сферу чи охоплювати інші напрями. Відторгнення та залучення за своєю суттю є безперервним процесом налаштування підприємства, чергування еволюційних та революційних процесів, поява нового організаційного порядку.

Підводячи підсумки даному дослідженню, варто підкреслити, що для повного розуміння наслідків усунення соціально-економічного відторгнення підприємства, необхідно розглядати підприємство з позицій системного мислення, тобто підприємство є самостійною, цілісною, функціонуючою та відкритою системою, яка здатна певним чином реагувати на всі втручання в її стан. Задля досягнення певних позитивних бажаних зрушень у соціально-економічному стані підприємства керівництву варто застосовувати принцип важелю, з чітким визначенням оптимальної точки його застосування.

Література

1. Конюхов Н. И. Экономический кризис: кто виноват и что делать? / Н. И. Конюхов. — М. : Нестор-История, 2013. — 400 с.
2. Макарова О. В. Соціальне відторгнення в Україні: специфіка прояву та методологія оцінювання / О. В. Макарова // Демографія та соціальна економіка. — 2011. — № 1. — С. 57–68.
3. Балакірева О. М. Взаємозв'язок економічної нерівності, соціального відторгнення та соціальної мобільності / О. М. Балакірева, А. М. Ноур // Економіка України. — 2012. — № 8. — С. 86–96.
4. Україна: на шляху до соціального включення : національна доповідь про людський розвиток 2011 року / ПРООН в Україні. — К. : КІС, 2011. — 123 с.
5. Дмитриев А. И. Преодоление отчуждения / А. И. Дмитриев. — Саратов : Приволж. кн. изд-во, 1990. — 172 с.
6. Шипунова Т.В. Социальное исключение, отчуждение, насилие и агрессия как механизмы воспроизводства девиантности / Т. В. Шипунова // Журнал социологии и социальной антропологии. — 2005. — № 4. Т. VIII. № 4. — С. 120–136.
7. Человеческое развитие для всех и каждого : доклад о человеческом развитии / ПРООН. — Нью-Йорк, 2016. — 40 с.
8. Гоббс Т. Левіафан або Суть, будова і повноваження держави церковної та цивільної / Т. Гоббс ; пер. з англ. Р. Димерець [та ін.] ; наук. ред. Т. Польська. — К. : Дух і Літера, 2000. — 600 с.
9. Локк Д. Розвідка про людське розуміння : у 4 кн. Кн. 2 : Про ідеї / Д. Локк ; пер. з англ. Н. Бордукова. — Харків: Акта, 2002. — 608 с.
10. Руссо Жан Жак. Об общественном договоре. Трактаты / Ж. Ж. Руссо ; пер.с фр. — М. : КАНОН-пресс-Ц : Кучково поле, 1998. — 416 с.
11. Великий тлумачний словник сучасної української мови / укл. і голов. ред. В.Т. Бусел. — К.; Ірпінь : ВТФ „Перун”, 2009. — 1736 с.
12. Словарь иностранных слов / под ред. И.В. Лёхина, проф. Ф.Н. Петрова. — Изд. 4-е, перераб. и допол. — М. : Гос. изд-во иностр. и нац. словарей, 1954. — 853 с.

References

1. Konyukhov, N. I. (2013). Economic crisis: who is to blame and what to do? Moscow: Nestor-History, 400.
2. Makarova, O. V. (2011). Social exclusion in Ukraine: specificity of manifestation and methodology of evaluation. Demography and social economics, 1, 57-68.
3. Balakireva, O. M. & Noor, A.M. (2012). Relationship of economic inequality, social exclusion and social mobility. Economy of Ukraine, 8, 86-96.
4. National Report on Human Development 2011 "Ukraine: Towards Social Inclusion" (2011). UNDP in Ukraine. Kyiv: KIS, 123.
5. Dmitriev, A.I. (1990). Overcoming the alienation. Saratov: Privolzh, 172.
6. Shipunova, T.V. (2005). Social exclusion, alienation, violence and aggression as mechanisms of reproduction of deviance. Journal of Sociology and Social Anthropology, 4. T. VIII, 120-136.
7. Human Development Report "Human Development for All and Everyone". (2016). UNDP. New York, 40.
8. Hobbes, T. (2000). Leviathan or Essence, structure and powers of the church and civilian state. Kyiv: Spirit and Liter, 600.
9. Locke, D. (2002). Locke John Intelligence about human understanding: in 4 books. Book 2. Kharkiv: Act, 608.
10. Russo, Jean Jacques. (1998). About a public contract. Treatises. Mosocw: KANON Press-Ts: Kuchkovo field, 416.
11. Buzel, V.T. (2009). The Great Dictionary of Contemporary Ukrainian Language. Kyiv; Irpin: VTF "Perun", 1736.
12. Lyokhina, I.V. (1954). Dictionary of foreign words. Mosocw: Gos. edition of foreign and national dictionaries, 853.

Рецензія/Peer review : 16.05.2018

Надрукована/Printed : 04.06.2018

Рецензент: д. е. н., проф. Колінеску Т. В.

УДК 338.984 84

ШВИДКА О. П.

ДВНЗ «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана»

ПРАКТИЧНІ АСПЕКТИ ФОРМУВАННЯ КОМПЕТЕНЦІЙ СУЧАСНИХ ПІДПРИЄМСТВ НА ОСНОВІ СТРАТЕГІЧНИХ РЕСУРСІВ

Наведено узагальнене тлумачення категорії «стратегічні ресурси» і «компетенції» та визначено основні їх характеристики, що сприяють забезпеченню конкурентоспроможності сучасних підприємств. З'ясовано роль та особливості ідентифікації стратегічних ресурсів компаній. Висвітлено практичні аспекти формування компетенцій сучасних підприємств на основі стратегічних ресурсів.

Ключові слова: стратегічні ресурси, компетенції, інтеграція ресурсів, ідентифікація стратегічних ресурсів, організаційні здібності, прибутковість, конкурентні переваги.

SHVYDKA O.

Kyiv National Economic University named after Vadym Hetman

PRACTICAL ASPECTS FORMING COMPETENCES OF MODERN ENTERPRISES BASED ON STRATEGIC RESOURCES

A generalized interpretation of the category "strategic resources" and "competencies" is presented and their main characteristics are described which help to ensure the competitiveness of modern enterprises. The role and peculiarities of identification of strategic resources of companies are revealed. The practical aspects of forming the competences of modern enterprises on the basis of strategic resources are highlighted.

Key words: strategic resources, competencies, resource integration, identification of strategic resources, organizational skills, profitability, competitive advantages.

Постановка проблеми. Для України в процесі євроінтеграції питання забезпечення конкурентоспроможності підприємств стає особливо актуальним. Кожне підприємство прагне мати ефективну та дієву бізнес-модель для забезпечення власної конкурентоспроможності в ринковому середовищі та захисту власної функціональної ніші. Це стає можливим завдяки правильній ідентифікації стратегічних ресурсів та ефективному управлінні ними. Саме стратегічні ресурси формують компетенції підприємства, які є гарантом конкурентоспроможності компаній.

Необхідне поглиблення розробки наукового підґрунтя для виявлення, формування і розвитку стратегічних ресурсів. Тому є актуальним подальший розвиток теоретико-методичних аспектів формування компетенцій підприємств на основі стратегічних ресурсів.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Дослідженням даного питання займалось багато зарубіжних та вітчизняних вчених, а саме Хемел Г. [1], Портер М. [2], Копилов А.В. [3], Барни Дж. [5]. В своїх роботах вони висвітлюють питання важливості існування стратегічних ресурсів в компанії, характеризують їх як окреме економічне поняття, виділяють власні підходи до визначення стратегічних ресурсів. Однак, на сучасному етапі стратегічного розвитку підприємств зостається невизначеними питання щодо ефективного формування компетенцій сучасних підприємств на основі їх стратегічних ресурсів.

Формулювання цілі статті. Метою статті є систематизація та поглиблення теоретичних і практичних аспектів формування компетенцій підприємства та визначення впливу на них стратегічних ресурсів.

Виклад основного матеріалу дослідження. Завдяки сукупності ресурсів формується потенціал підприємства, залежить результативність та ефективність діяльності компанії. Стратегічні ресурси – це частина ресурсів, які є стратегічно важливими для підприємства, які є цінними, рідкісними, незамінними, складно копіюються, відтворюються та завдяки яким формується ключова компетенція компанії, що підвищує конкурентоспроможність та ринкову капіталізацію компанії.

На основі узагальнень думок вчених, щодо трактування категорії можна запропонувати таке визначення стратегічних ресурсів підприємства – це та частина ресурсів компанії, які є цінними, незамінними, рідкісними на даному ринку, і за умови створення ефективної системи управління ними формують стійку конкурентну перевагу для підприємства.

Наявність внутрішніх компетенцій, сформованих в результаті задіяних стратегічних ресурсів, порівняних з ринковими шансами, дозволяє стверджувати про наявність конкурентних переваг. Тобто на процес формування стратегічних ресурсів впливає не лише якість ресурсів, але і їх конкурентоспроможність на ринку у порівнянні з такими ж категоріями ресурсів інших організаційних систем.

На сьогоднішній день найвпливовішим чинником успішного та довгострокового розвитку підприємства є визначення його компетенцій. Досліджуючи сутність категорії «компетенції», слід наголосити на його нечіткості та деякій невизначеності.

Як стверджують Р. Хамела і С.К. Прохалада, компанія має сприйматися не як сукупність бізнес-одиниць, з яких складається, а як поєднання ключових компетенцій – навичок, умінь, технологій, які дозволяють компанії надавати своїм споживачам певні цінності [9].

Спираючись на ряд наукових джерел, можна сказати, що компетенції – це сформовані на основі досвіду функціонування підприємства унікальні комбінації ресурсів (інтелектуальних), що забезпечують підприємству стійкі та довгострокові конкурентні переваги за рахунок створення додаткової цінності продукту та підвищують захисні бар'єри на існуючому ринку. Також компетенції можуть бути втілені в нематеріальних та матеріальних активах.

Науковці виділяють такі основні ознаки компетенцій [10, 11]:

- компетенціям властива складність, оскільки вони є комбінаціями ресурсів та здібностей;
- їх важко ідентифікувати;
- похідний характер від сукупності ресурсів і здібностей підприємства;
- відсутність матеріальної основи та носіїв;
- незношуваність у процесі їх використання, а навпаки, розвиваються, їх якість та ефективність використання зростає, що забезпечує довготривалий успіх компанії на ринку;
- складність копіювання конкурентами, що забезпечує підприємству захист своєї функціональної ніші;
- компетенції орієнтуються на споживача, хоча і являються невидимими йому;
- синергічна природа формування споживчої цінності продукту чи послуги.

На сьогоднішній день поділ ресурсів на класичну тріаду – праця, капітал та земля – є дещо застарілим. Тому Р. Грант ввів нову класифікацію ресурсів. За його баченням ресурси поділяються на фінансові, фізичні, людські, технологічні, репутаційні та організаційні [8]. З огляду на розвиток інформаційних технологій окремо також можна виділити Інтернет-ресурси, адже за допомогою мережі може існувати підприємство та здійснювати свою діяльність, наприклад, продаж товарів через інтернет-магазини.

К. Борзенкова поділяє стратегічні ресурси на зовнішні та внутрішні (такі, якими володіє фірма) [4]. Така класифікація має місце, але неможливо всі групи поділити на зовнішні або внутрішні, адже в кожній з них можна виділити як внутрішні, так і зовнішні. Наприклад, до внутрішніх фінансових ресурсів можна віднести нерозподілений прибуток, а до зовнішніх – отриманий позиковий капітал від банківських установ (кредити).

Стратегічні ресурси також поділяють на відчутні та невідчутні. До відчутних відносять матеріали та сировину, з якої виготовляється продукт, обладнання та устаткування, земельні ділянки, власний та позиковий капітал. До невідчутних ресурсів відносять нематеріальні активи, організаційні ресурси, людські ресурси, знання та досвід, корпоративну культуру тощо. Всі ці види ресурсів потенційно можуть бути стратегічними.

Відчутні ресурси досить легко піддаються ідентифікації та оцінці, адже їх величина зазначена у фінансовій звітності підприємства. Але для того, щоб оцінити даний вид ресурсів, необхідно не лише спиратися на звичайну оцінку, а й враховувати потенціал ресурсу в отриманні конкурентної переваги.

Ідентифікувати невідчутні ресурси досить складно, адже інформацію про них майже неможливо знайти у фінансовій звітності. Наприклад, цінність бренду часто недооцінюють або взагалі не оцінюють, хоча це досить важлива складова репутації фірми. Основними індикаторами при оцінці невідчутних ресурсів можуть бути: наявність патентів, впізнаваність бренду, кваліфікація працівників, плінність кадрів, частка працівників задіяних у НДДКР, величина заробітної плати у порівнянні з середньою по галузі тощо [7].

Роль стратегічних ресурсів важко недооцінити: вони дозволяють замінити вичерпні природні ресурси, підвищити ефективність використання традиційних ресурсів, досягти ефекту синергії у результаті використання різних комбінацій ресурсів. Також за рахунок використання стратегічних ресурсів можна досягти зниження витрат, що значно підвищує конкурентоспроможність компанії. За допомогою використання стратегічних ресурсів оптимізується процес виробництва. Вони забезпечують підприємству унікальність та складність копіювання діяльності конкурентами, тобто дають можливість створити бар'єри для входження на ринок і таким чином захистити своє положення на ньому. З використанням стратегічних ресурсів збільшується ринкова капіталізація компанії.

Процес ідентифікації стратегічних ресурсів має бути безперервним, адже втрата одного з них або несвоєчасне виявлення іншого може негативно позначитись на конкурентоспроможності підприємства. Важливо, щоб керівники компаній та підприємці диференціювали ресурси на доступні та стратегічні і могли ефективно управляти ними. Не спроможність ідентифікувати стратегічні ресурси може призвести до негативних фінансових результатів та згубних наслідків.

Аналіз існуючих у компанії ресурсів проводиться з позиції створення стійких конкурентних переваг. Основним інструментом та методом такого аналізу є VRIO-аналіз, який був розроблений Джеєм Барні [5]. За VRIO-методом досліджуваний ресурс оцінюється за такими критеріями:

- цінність (value) – дослідження впливу сукупності стратегічних ресурсів підприємства на рівень ефективності функціонування бізнес-моделі;
- унікальність, рідкісність (rareness) – рівень поширеності стратегічних ресурсів серед конкурентів підприємства;
- відтворюваність (instability) – рівень обмежень і бар'єрів для доступу конкурентів до створення чи залучення стратегічних ресурсів компанії;
- організованість (organization) – рівень використання підприємством своїх стратегічних ресурсів для реалізації потенціалу створення ринкової вартості бізнесу і споживчої цінності продукту (послуги) [6].

VRIO-аналіз дає досить чітке розуміння, який ресурс є стратегічним та забезпечить підприємству конкурентні переваги. Основним недоліком цього методу є те, що в ньому аналізуються лише вже існуючі на підприємстві ресурси.

Для визначення стійких конкурентних переваг підприємства на основі його компетенцій необхідно розробити відповідний алгоритм дій. В процесі визначення стійких конкурентних переваг виникають труднощі пов'язані насамперед зі складністю ідентифікації ключових компетенцій. Кравченко М. О. розробив такий алгоритм, не сфокусувавши увагу на тому, що компетенції підприємства формуються на основі стратегічних ресурсів і складається з восьми етапів.

Для більш чіткого розуміння процесу забезпечення конкурентоспроможності підприємства нами запропоновано такий алгоритм формування стійких конкурентних переваг компанії на основі ключових компетенцій, де:

- перший крок – визначення пріоритетів споживачів – потенційне бажання споживача отримати нову цінність від товарів у майбутньому. Завдяки правильному визначенні пріоритетів та своєчасній реакції на них компанія зможе забезпечити себе довготривалим успіхом серед конкурентів;
- на другому кроці формується цінність власного продукту у відповідності до пріоритетів цільової аудиторії;
- формується портфель стратегічних ресурсів;
- на основі портфелю стратегічних ресурсів формується портфель компетенції компанії;
- потім розглядається взаємозв'язок між стратегічними ресурсами та компетенціями підприємства та виявлення невідповідностей чи дефіциту цих складових для забезпечення виготовлення продукту (послуги) з визначеною цінністю;
- формується кінцевий перелік стратегічних ресурсів та ключових компетенцій, які і забезпечать конкурентоспроможність компанії;
- реалізація на практиці намічених дій;
- постійний контроль за дотриманням заданого рівня цінності продукту та відповідного рівня якості ключових компетенцій.

Розроблений алгоритм допоможе усунути невідповідності між властивостями існуючої продукції та продуктом, що становить найбільшу цінність для споживачів, що дозволить задовольнити пріоритети споживачів у відповідності до наявних ресурсів і компетенцій та, як наслідок, забезпечити стійку конкурентну перевагу на ринку.

Приклади взаємозв'язку стратегічних ресурсів та ключових компетенцій великих світових компаній наведено у табл. 1.

Таблиця 1

Співставлення стратегічних ресурсів та компетенцій сучасних компаній

Компанія	Стратегічні ресурси	Компетенції
IBM	Кваліфіковані кадри	Рідкісні знання формування і розвитку людських ресурсів
Sony	Трудові ресурси та технологія	Технологія мініатюризації продукції
Apple	Бренд, унікальний дизайн, технологія	Оригінальність дизайну та індустріальної естетики
Louis Vuitton	Бренд, система логістики	Створення і контроль мережі роздрібною торгівлі
L'Oreal	Інтелектуальні та інформаційні ресурси	Управління торговою маркою
Canon	Технологія, кваліфіковані кадри	вміння, знання і досвід об'єднання мікроелектроніки, точної оптики і точного машинобудування
Nike	Технологія, бренд, дизайн, система логістики	логістика продукції, якість, дизайн, співпраця із спортсменами

Стратегічні ресурси формують компетенції підприємства, але не кожний ресурс, який використовує фірма у своїй діяльності, є стратегічним, не всі ресурси роблять компанію неповторною та забезпечують наявність стійких конкурентних переваг.

Висновки. Отже, на основі дослідження сутності та особливостей формування компетенцій на підприємстві можна однозначно стверджувати, що саме від стратегічних ресурсів залежить формування компетенцій компанії, з яких визначається ключова, яка в свою чергу забезпечує стійкі конкурентні переваги на підприємстві, є основою для забезпечення довготривалого успіху компанії. Можна зазначити, що всі автори сходяться на думці про те, що стратегічні ресурси є основою для формування ключових компетенцій підприємства, від яких залежить його конкурентоспроможність.

Література

1. Хэмел Г. Конкурируя за будущее / Хэмел Г., Прахалад К.К. – М. : «Олимп-Бизнес», 2007.

2. Портер М. Конкуренция / Портер М. ; [пер. с англ.]. – М. : «Вильямс», 2000. – 495 с.
3. Копылов А.В. Формирование и оценка стратегических ресурсов предприятий / Копылов А.В. – М. : КИС, 2006.
4. Борзенкова К. С. Оценка экономического потенциала предприятия и повышение эффективности его использования : автореф. дис. ... канд. экон. наук / К. С. Борзенкова. – Белгород, 2003. – 24 с.
5. Barney J. B. Firmresourcesandsubstainedcompetitiveadvantage // Journal of management. – 1991. – Vol. 17. N 1. – P. 99–120.
6. Лелюк С.В. VRIO-аналіз як інструмент стратегічного аналізу внутрішнього середовища підприємства [Електронний ресурс] / С. В. Лелюк. – Режим доступу : http://www.rusnauka.com/24_NNP_2012/Economics/10_115676.doc.htm. – Назва з екрану.
7. Бойко І.А. Ідентифікація стратегічних ресурсів підприємства [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://enuftir.nuft.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/1777/3/IDENTIFICATION%20OF%20STRATEGIC%20RESOURCES%20COMPANY.pdf>. – Назва з екрану.
8. Грант Р. М. Современный стратегический анализ / Р. М. Грант ; пер. с англ. ; под ред. В. Н. Фунтова. – 5-е изд. – СПб : Питер, 2008. – 560 с.
9. Хамел К.К. Ключевая компетенция корпорации / К.К. Хамел, Г. Прахалад // Вестник СПбГУ. – 2003. – Сер. 8. – Вып. 3 (№24). – С. 18–41.
10. Кравченко М. О. Формування стійких конкурентних переваг підприємства через розвиток ключових компетенцій [Електронний ресурс] / М. О. Кравченко. – Режим доступу : file:///C:/Users/%D0%90%D0%BD%D0%BD%D0%B0/Downloads/Nie_2013_1_4_21.pdf. – Назва з екрану.
11. Рекіянов С.О. Компетенція як джерело конкурентних переваг у стратегічному управлінні підприємством [Електронний ресурс] / С. О. Рекіянов. – Режим доступу : <http://dspace.nbuv.gov.ua/xmlui/bitstream/handle/123456789/65325/39-Rek%D1%96yanov.pdf?sequence=1>. – Назва з екрану.

References

1. Hemel G. Konkurriruya za budushee / Hemel G., Prahalad K.K. – М. : «Olimp-Biznes», 2007.
2. Porter M. Konkurentsia / Porter M. ; [per. s angl.]. – М. : «Vilyams», 2000. – 495 s.
3. Kopyilov A.V. Formirovanie i otsenka strategicheskikh resursov predpriyatiy / Kopyilov A.V. – М. : KIS, 2006.
4. Borzenkova K. S. Otsenka ekonomicheskogo potentsiala predpriyatiya i povyishenie effektivnosti ego ispolzovaniya : avtoref. dis. ... kand. ekon. nauk / K. S. Borzenkova. – Belgorod, 2003. – 24 s.
5. Barney J. B. Firmresourcesandsubstainedcompetitiveadvantage // Journal of management. – 1991. – Vol. 17. N 1. – P. 99–120.
6. Leliuk S.V. VRIO-analiz yak instrument stratehichnoho analizu vnutrishnoho seredovishcha pidpriemstva [Elektronnyi resurs] / S. V. Leliuk. – Rezhym dostupu : http://www.rusnauka.com/24_NNP_2012/Economics/10_115676.doc.htm. – Nazva z ekranu.
7. Boiko I.A. Identyfikatsiia stratehichnykh resursiv pidpriemstva [Elektronnyi resurs]. – Rezhym dostupu : <http://enuftir.nuft.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/1777/3/IDENTIFICATION%20OF%20STRATEGIC%20RESOURCES%20COMPANY.pdf>. – Nazva z ekranu.
8. Grant R. M. Sovremennyiy strategicheskiiy analiz /R. M. Grant ; per. s angl. ; pod red. V. N. Funtova. – 5-e izd. – SPb : Piter, 2008. – 560 s.
9. Hamel K.K. Klyuchevaya kompetentsiya korporatsii / K.K. Hamel, G. Prahalad // Vestnik SPbGU. – 2003. – Ser. 8. – Vyip. 3 (№24). – S. 18–41.
10. Kravchenko M. O. Formuvannia stiikykh konkurentnykh perevah pidpriemstva cherez rozvytok kliuchovykh kompetensii [Elektronnyi resurs] / M. O. Kravchenko. – Rezhym dostupu : file:///C:/Users/%D0%90%D0%BD%D0%BD%D0%B0/Downloads/Nie_2013_1_4_21.pdf. – Nazva z ekranu.
11. Rekiianov S.O. Kompetentsiia yak dzherelo konkurentnykh perevah u stratehichnomu upravlinni pidpriemstvom [Elektronnyi resurs] / S. O. Rekiianov. – Rezhym dostupu : <http://dspace.nbuv.gov.ua/xmlui/bitstream/handle/123456789/65325/39-Rek%D1%96yanov.pdf?sequence=1>. – Nazva z ekranu.

Рецензія/Peer review : 02.05.2018

Надрукована/Printed : 04.06.2018

Рецензент: д. е. н., проф. Кукоба В. П.

УДК 316.334.2:330.34.014-026-23

ШЕРГІНА Л. А.,
НОТЕВСЬКИЙ Є. В.

ДВНЗ “Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана”

ЖЕМБА А. Й.

Національний університет водного господарства та природокористування, м. Рівне

СОЦІАЛЬНЕ ПІДПРИЄМНИЦТВО В КОНТЕКСТІ СТАЛОГО РОЗВИТКУ

У статті визначена роль соціального підприємництва у забезпеченні сталого розвитку країн, а також розглянуто особливості розвитку соціального підприємництва в сучасних умовах та процес його становлення в Україні. Приділяється увага розумінню прибутку не як мети, а як індикатора і ресурсу бізнесу.

Ключові слова: соціальне підприємництво, сталий розвиток, глобалізація економіки, бізнес-організації.

SHERGINA L.,

NOTEVSKIY E.

Kyiv National Economic University after named Vadym Hetman”

ZHEMBA A.

National University of Water and Environmental Engineering, Rivne

**SOCIAL ENTREPRENEURSHIP IN THE CONTEXT
OF SUSTAINABLE DEVELOPMENT**

The main purpose of the article is to study the process of becoming a social enterprise in the world and, on this basis, to identify problems and perspectives for its development in Ukraine in the context of sustainable development. The article defines the role of social entrepreneurship in ensuring sustainable development of the countries, as well as features of social entrepreneurship in the conditions of globalization of the economy. The article notes that the basis of social enterprise is a commercial model of economic behaviour that creates a mechanism for social support and infrastructure development through close integration into the public system. The main characteristics of the social enterprise, which were formed under the influence of the transition of mankind to the concept of sustainable development, which was proclaimed by the United Nations Conference in the second half of the twentieth century, are considered. The article analyzes the theoretical research platform of social entrepreneurship, the main trends of its development in Ukraine. The article reveals the conditions and possibilities for more effective introduction of social entrepreneurship in the globalized economy. As a conclusion, the article emphasizes that the functions and models of social enterprises on all continents reflect the power of globalization due to the increased attention to the role of sustainable development. The phenomenon of the development of social entrepreneurship in Western countries is an effective tool for attracting additional financial resources, motivating the maintenance of institutions that provide social services and contribute to sustainable development.

Keywords: social entrepreneurship, sustainable development, globalization of the economy, business organizations.

Постановка проблеми. Динамічний розвиток людства XXI століття вносить свої корективи в усі сфери нашого життя. Важливою подією 1987 р. стала доповідь «Наше спільне майбутнє» на 42-й сесії ООН з ініціативи прем'єр-міністра Норвегії Г. Х. Брундтланд. Незалежною світовою комісією з питань розвитку та довкілля було запропоновано людській цивілізації перейти до концепції сталого розвитку, що передбачає взаємодію економічної, екологічної, соціальної сфери. Соціальна складова віддзеркалює соціальні відносини між усіма членами суспільства, а також відносини між державою та її громадянами, рівень та можливості розвитку кожної особистості. Соціальна складова стосується, перш за все, відносин людина–людина, а по-друге, сприяє забезпеченню прав і свобод людини в кожній країні світу, передбачає становлення демократичного суспільства та відкриття доступу до головних соціальних служб у сфері освіти, медицини, культури тощо. Не є винятком і середовище бізнесу. Сьогодні для того, щоб бізнес-структура, підприємство було успішним, не достатньо лише задовольняти потреби споживача, а й необхідно всіляко розширювати масштаб своєї діяльності. Яскравим прикладом щодо впровадження інновацій є соціальне підприємництво.

На сьогодні певні елементи соціального підприємництва присутні майже в більшості компаніях. Хтось з них віддає частину свого прибутку на допомогу дітям з особливими потребами, інші – розв'язують екологічні проблеми, а треті, як приклад, проводять молодіжні фестивалі. Усе це подано достатньо в спрощеному вигляді, адже масштаб «використання» соціального підприємництва тією чи іншою бізнес-структурою може відрізнятись.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. У класичних працях С. А. Подолинського, В. І. Вернадського, П. Тейяр-де-Шардена та М. Д. Руденка вказаний напрям майбутнього економічного розвитку цивілізації та закладені основи взаємин між соціумом і навколишнім природним середовищем. Саме тому ці праці, а також погляди Г. Дейлі варто взяти за основу при формуванні розуміння соціального підприємництва в контексті сталого розвитку. Активним дослідженням категорії «сталий розвиток» та його складових займаються такі вчені, як В. Базилевич, Б. Данилишин, Л. Гринів, Г. Дейлі, Л. Корнійчук, В. Трегобчук, Ю. Туниця, В. Шевчук., Д. Берг, Б. Большаков, В. Попков, С. Гольдштейн, О. Сухарев,

С. Борисович, П. Тітов, Д. Б. Берг та В. В. Попов категорію «сталий розвиток» визначають, як взаємозв'язаний процес, що охоплює економічну, соціальну та екологічну сферу людської діяльності. На погляд В. М. Геєця, Л. В. Шинкарук та Т. І. Артёмової термін «сталий розвиток» означає позитивне зростання екологічних, соціальних та економічних показників економіки, збільшення яких сприяє розгортанню загального світового прогресу.

Термін «соціальне підприємництво» можна знайти вперше в 1972 р., завдяки Б. Дрейтону, засновнику «Ашока», вагомий внесок в розробку проблем «соціального підприємництва» внесли вчені Дж. Мейр, І. Марті, Сотула О. В., Винников О., М. Юнус, Дж. Діз.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Соціальне підприємництво стало одним із фундаментальних понять у діяльності майже всіх бізнес-організацій в постіндустріальному світі в контексті сталого розвитку. В Україні воно лише набуває свої актуальності. Тому вкрай важливо визначити на якому етапі розвитку даний феномен зупинився в Україні і чи є подальші перспективи його становлення, або що, можливо, перешкоджає йому. Незважаючи на помітне зростання визнання соціально орієнтованих організацій як найважливішого фактору розвитку громадянського суспільства, емпіричні дослідження результатів діяльності соціальних підприємств не дістали масштабного висвітлення в науковій літературі.

Формулювання цілей статті. Мета статті полягає в аналізі теоретико-методологічних основ соціального підприємництва, які формуються при переході світової економіки до сталого розвитку, а також в визначенні перспектив становлення соціального підприємництва в контексті сталого розвитку.

Виклад основного матеріалу дослідження. Проблематика соціального підприємництва набуває свого поширення лише з 90-х років ХХ століття та одразу ж стає предметом наукових досліджень. Проте, незважаючи на це, сьогодні серед науковців досі існують розбіжності у трактуванні даного терміну. Поняття «соціальне підприємництво» все частіше ототожнюють з будь-якою соціально корисною діяльністю, зокрема в працях Дж. Мейра, І. Марті [1, с. 38], Сотула О. [2, с. 21-22], Винникова О. [3, с. 26], М. Юнуса [4, с. 35], Дж. Діза [5, с. 57]. З одного боку, соціальне підприємництво виступає бізнесом із насамперед визначеними соціальними цілями, результат діяльності якого вкладається в проекти для досягнення цих цілей, а не спрямовується на максимізацію доходу акціонерів чи власників [6]. З іншого – соціальні підприємства – це своєрідні гібриди, які об'єднують соціальні цінності з комерційною практикою. Це одна думка зводиться до розуміння того, що соціальне підприємство, будучи торгівельною організацією, що продає товари чи послуги, і різниться від схожих бізнес-структур тим, що належить та контролюється громадськістю і має подвійний результат – соціальний і економічний. В діяльності соціального підприємства превалюють суспільні цінності, спрямованість на досягнення позитивних соціальних перетворень і, навіть альтруїзм.

Найбільш уживаним визначенням соціального підприємства є його розуміння як зареєстрованої організації, що ґрунтується на спільній власності та контролюється членами цієї організації, які мають рівну частку власності. Таке підприємство займається комерційною діяльністю, збільшує суспільне багатство, та не впливає на погіршення навколишнього середовища.

В основі соціального підприємництва лежить комерційна модель господарської поведінки, однак, зважаючи на глобальну ціль функціонування економічних структур, а саме: задоволення суспільних потреб, соціальне підприємство розглядається як стійка бізнес-структура, спрямована на тісну інтеграцію в суспільну систему. На рис.1 виділено основні проблеми, які соціальне підприємництво ставить за мету вирішити в процесі становлення [7, с. 262].

Ознаки соціальних проблем				
Цільова спрямованість	Інновації	Самоокупність та фінансова стійкість	Масштабність	Підприємницький підхід
Вирішення існуючих соціальних проблем у суспільстві	Застосування нових, унікальних підходів, які дозволяють збільшити соціальний вплив	Здатність соціального підприємства вирішувати соціальні проблеми до того моменту, поки це необхідно, і за рахунок доходів, отриманих від власної діяльності	Збільшення масштабу діяльності соціального підприємства (на національному та міжнародному рівні) й поширення досвіду з метою збільшення соціального впливу	Здатність соціального підприємства не лише бачити недоліки ринку, а й знаходити можливості, акумулювати ресурси, розробляти нові рішення, що нададуть довгостроковий позитивний соціальний вплив на суспільство в цілому
Вирішення соціальних проблем				

Рис. 1. Ознаки соціальних проблем, які вирішує соціальне підприємництво

Складено авторами на основі [7, с. 262]

Поняття «соціальне підприємництво» в українському законодавстві застосовується разом з іншою концепцією, а саме – соціальною економікою, хоча це не відповідає сутності даних понять. Соціальне підприємництво не можна ні в якому випадку прирівнювати до соціальної відповідальності, за якої певна бізнес-структура належним чином піклується про вплив своєї діяльності на середовище, у межах якого вона здійснює свою діяльність. У той самий час соціально відповідальний бізнес дещо сприяє формуванню соціальних підприємств, які не ставлять за мету примноження прибутку акціонерів корпорацій. Виділяють три основні характеристики соціального підприємства. По-перше, торгівля, яка виступає життєздатністю даних підприємств, що досягається саме через торговельну/комерційну діяльність. По-друге, соціальне призначення – в основі їх (підприємств) діяльності – соціальні цілі (створення робочих місць, проведення тренінгів і розвиток певних навичок, надання послуг і виробництво товарів на місцевому рівні). По-третє, соціальна власність, тобто вони (підприємства) перебувають у власності громад (користувачів послуг чи клієнтів, місцевих громадських об'єднань тощо).

Теоретичною базою дослідження соціального підприємництва є концепція «змішаної» або «комбінованої цінності» Дж. Емерсона [8], згідно з якою організація є елементом соціально-економічної реальності, в діяльності якої сполучаються економічна та соціальна складові. Ці складові розглядаються не ізольовано, а як взаємодоповнюючі. На думку Дж. Емерсона, результати економічної та соціальної діяльності організації потрібно не протиставляти, а поєднувати [9, с.89]. Концепція комбінованої цінності ґрунтується на безперервній взаємодії соціальних та економічних цілей діяльності фірми; оцінка ефективності інвестицій у створення цінності з використання лише фінансових інструментів призводить до недооцінки ефективності в цілому. Отже, концепція Дж. Емерсона не розкриває особливостей соціальних підприємств, хоча дає підстави для виділення основних підходів до розуміння цього феномену.

Розрізняють широкий, комбінований, інноваційний та проблемно-орієнтований підходи до визначення соціального підприємництва. Розгляд змісту й характеристик кожного з виокремлених підходів наведено у табл. 1.

Розглянуті підходи вказують на пріоритетність соціальної мети підприємницької діяльності, але в процесі такої діяльності, під час якої використовуються природні ресурси і виявляється вплив на навколишнє середовище, постає проблема отримання не лише економічних та соціальних, а й екологічних ефектів.

Таблиця 1

Підходи до визначення категорії "Соціальне підприємництво"

Підхід	Характеристика
Широкий підхід	Соціальне підприємництво розглядається як діяльність, яка в результаті передбачає досягнення соціальної мети. Тобто відповідно до даного підходу, під соціальним підприємництвом розуміється діяльність державних соціальних організацій, традиційних бізнес-організацій, які завжди мають соціальну складову (Е. Шоу, Г. Морт, А. Фоулер та ін.)
Комбінований (комерційно-соціальний) підхід	Соціальне підприємництво — це діяльність, орієнтована на досягнення не лише соціальних, але й комерційних результатів. За таким підходом соціальне підприємництво — це набагато вужча сфера діяльності, яка передбачає наявність бізнес-складової (А. Макміллан, Дж. Робінсон та ін.)
Інноваційний підхід	Акцентується увага на інноваційній складовій підприємницької діяльності та на використанні інноваційних підходів до вирішення соціальних проблем. Даний підхід з одного боку, суттєво обмежує сферу соціального підприємництва порівняно з комбінованим підходом, оскільки не всі бізнес-організації використовують інновації у соціальній складовій своєї діяльності. З іншого боку, такий підхід розширює соціальне підприємництво за рахунок доповнення його діяльністю неприбуткових організацій та державних соціальних установ, які розробляють і реалізують інновації у своїй діяльності (Дж. Мейр, Е. Остін, Дж. Вей-Скіллерн, Х. Стівенсон.)
Проблемно-орієнтований підхід	Соціальне підприємництво – це лише така діяльність, соціальні результати якої спрямовані на певну соціальну групу або проблему (люди з особливими потребами тощо) (К. Лідбітер, Фонд Шваба)

Джерело: [7, с. 256-257].

У своїй публікації «Соціальне підприємництво: Внесок індивідуальних підприємців у сталий розвиток» [22] президент Sustainable Strategies Group при ЮНЕСКО Кристіан Сілоус та професор General Management Джоанна Майер розглядають соціальних підприємців як таких, що прагнуть до створення соціальної цінності за допомогою інноваційних та підприємницьких бізнес-моделей. На їх думку, потенційний ринок для цих підприємців є величезним через широке коло соціальних потреб, які залишаються незадоволеними існуючими ринками та установами. Соціальні підприємці часто створюють величезну цінність, коли вони задовольняють основні гуманітарні потреби; наприклад, шляхом надання ліків або харчових продуктів, які можуть бути питанням життя або смерті для тих, хто їх отримує.

Автори звертають увагу на те, що багато соціальних підприємців працюють в країнах, що розвиваються, або ж не мають структур або ресурсів, які дозволили б підтримувати традиційне підприємництво. Таким чином, соціальні підприємці повинні створювати нові бізнес-моделі та організаційні структури, а також унікальні стратегії для отримання соціальної цінності. Акцентується на тому, що соціальне підприємництво (SE) може надати деякі цікаві нові ідеї, які могли б розширити мислення і набори інструментів традиційних підприємців, а також збагатити конструкції для більш соціально прийнятних і стійких стратегій бізнесу та організаційних форм. У публікації визначається унікальна роль SE як "Внесок індивідуальних підприємців в інтересах сталого розвитку" [10, с. 6]. Три основні гравці роблять внески для досягнення стійкого розвитку (SD) (рис. 2):

Уряди, неурядові організації (NGOs) та міжнародні організації (IOs) націлені на широкі області політики, що використовують безліч інструментів, а також примусові заходи до виконання правових структур для захисту людського і трудових прав та навколишнього середовища.

Корпоративна соціальна відповідальність (CSR) визначається Європейською комісією як «Бізнес-внесок у стійкий розвиток».

Соціальне підприємництво (SE), що визначається в якості внеску підприємницьких осіб в інтересах сталого розвитку.

Ця точка зору дозволяє виділити кілька різних рівнів індивідуальних і спільних дій щодо досягнення сталого розвитку. Серед трьох окремих рівнів основна увага в першу чергу на площі SE. Для розкриття унікальної ролі для SE слід сказати, що соціальні підприємці виявляють нові й ефективні способи створення продуктів, послуг або структури, які, або безпосередньо обслуговують соціальні потреби, або дозволяють іншим задовольнити їх, щоб досягти сталого розвитку.

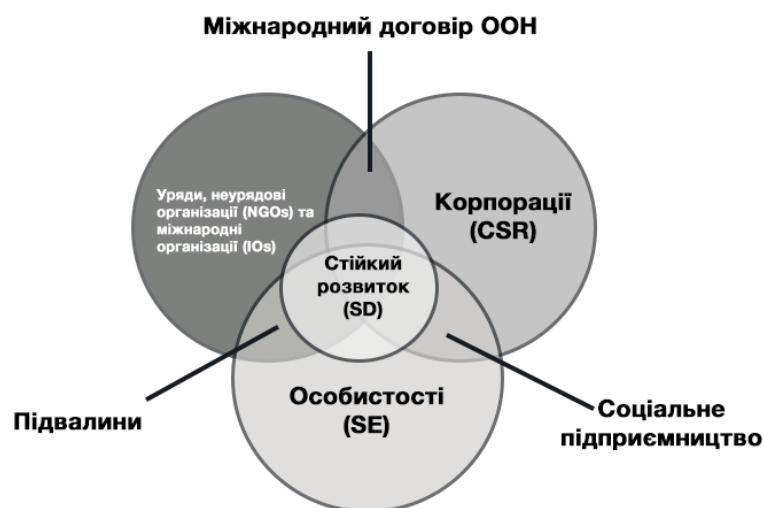


Рис. 2. Роль соціального підприємництва у формуванні сталого розвитку

Складено авторами на основі [10, с. 8]

Хотілося б у підсумку сказати, що не дивлячись на те, що соціальне підприємництво є явищем, яке чинить сильний опір спробам встановлення чіткого визначення, дана стаття встановлює такі рамки, що дозволяють дати правильне трактування даного поняття. Розкривається різниця між SE та тим, як традиційні підприємці і підприємства створюють соціальну цінність, а також як вони доповнюють один одного.

На відміну від бізнесу в традиційному баченні, метою діяльності якого є досягнення прибутку, соціальне підприємництво реалізує соціальні функції та розвивається в тих сферах, в яких державні підприємства мають дефіцит фінансування, а приватний сектор невмотивований низькою рентабельністю.

Можна зробити висновок, що соціальне підприємництво як феномен з'являється в західному світі неприбуткових організацій саме як відповідь на потребу в залученні додаткового капіталу, і стимулом до його становлення є забезпечення функціонування інституцій, які реалізують соціальні послуги та збільшують суспільні фонди споживання.

Для повноцінного розвитку соціального підприємництва мають бути створені сприятливі умови. Не зважаючи на те, що власне ідея інновації формується на основі реальної суспільної необхідності та результатів внутрішньої мотивації, її реалізація потребує сприятливих зовнішніх умов: віра в дану ідею; участь та підтримка інших при роботі над її реалізацією та розповсюдженням. Соціальне підприємництво можна впровадити за умови якісної підготовки соціальних підприємців як одних із головних агентів соціальних змін.

Високий рівень розвитку національної економіки – також досить важлива умова для більш ефективного впровадження соціального підприємництва. Головним у діяльності державної влади повинно

бути створення однаково сприятливих умов для всіх суб'єктів підприємницької діяльності, розвитку соціального підприємництва, соціальної відповідальності бізнесу та одночасно недопущення дискримінації зі сторони представників органів влади.

Державне регулювання розвитку підприємництва повинно бути спрямоване на формування сприятливого середовища та реалізовуватися відповідними загальнодержавними, регіональними та місцевими органами влади з метою узгодження інтересів держави і приватного підприємництва та впровадження соціальної відповідальності бізнесу, що, в свою чергу, стане сприятливою умовою впровадження та розвитку соціального підприємництва в Україні.

Розвиток соціального підприємництва в Україні є досить тривалим процесом і спрогнозувати майбутнє важко через нестабільність економічного і політичного становища, а також через військовий конфлікт на Сході України. Проте цей процес можна пришвидшити, впроваджуючи активні соціально-економічні політичні рішення, та, включивши позицію щодо підтримки та сприяння соціальному підприємству в Стратегію сталого розвитку «Україна-2020» як важливий вектор політики соціально-економічних реформ. Соціальне підприємство в Україні стає популярним трендом, оскільки обговорюється на численних форумах, семінарах, симпозиумах та привертає увагу багатьох представників громадських організацій, ініціативних груп або просто активних людей. Під час роботи Всеукраїнського ресурсного центру розвитку соціального підприємства «Соціальні ініціативи», було виокремлено 5 великих можливостей для розвитку соціального підприємства в Україні, які спонукатимуть зростання кількості соціальних підприємств [11] (рис. 3).



Рис. 3. Можливості для розвитку соціального підприємництва в Україні
Складено авторами на основі [11, с. 2-5]

Висновки. Отже, враховуючи вище зазначене, визначаємо, що соціальне підприємство – відносно нове специфічне соціально-економічне явище, яке породжує багато приводів для дискусії, адже не вписується у сталі стереотипи сприйняття бізнесу, як комерційної сфери, що існує заради прибутку. Феномен соціального підприємства передбачає розуміння прибутку не як мети, а як індикатора і ресурсу бізнесу. За таких умов економічні можливості підприємця формуються як наслідок корисності продуктів або послуг для задоволення потреб споживачів і враховують постулати концепції сталого розвитку.

Визначення соціального підприємства свідчить про бізнесові механізми вирішення соціальних проблем, створення об'єднаних територіальних громад та взаємодопомогу. Однією з головних умов успішного впровадження соціального підприємства, в Україні, зокрема є взаємодія державного і приватного сектора; формування законодавчої бази соціального підприємства, яке б створювало позитивні умови для початку такого бізнесу в державі.

Соціальне підприємство називають еволюцією бізнесу або навіть революцією для неприбуткової діяльності. Революцією тому, що це явище надає можливість неприбутковим організаціям самим забезпечувати собі ресурси для функціонування і враховувати всі негативні впливи на навколишнє середовище, включаючи людей. Соціальне підприємство також не виключає прибутковості, але пріоритети для нього зовсім інші. На першому місці для таких підприємств є вирішення соціальних проблем або створення соціальної цінності для допомоги суспільству. Для цього використовуються ефективні бізнес-моделі, які забезпечують сталий розвиток.

Література

1. Mair J. Social entrepreneurship research: A source of explanation, prediction, and delight [Електронний ресурс] / J. Mair, I. Marti // Journal of World Business. – 2006. – 41(1). – P. 36–44. – Режим доступу : https://c.ymcdn.com/sites/www.usasbe.org/resource/resmgr/social_entrepreneurship/mair_and_marti.pdf.

2. Сотула О. В. Соціальне підприємництво як інноваційна модель розвитку економіки / Е. О. Сотула // Ефективна економіка. – 2013. – № 4.
3. Винников О. Соціальне підприємництво: годі бажати, як краще / О. Винников // Пріоритети. – 2008. – № 4 (10). – С. 25–28.
4. Юнус М. Создавая мир без бедности: социальный бизнес и будущее капитализма / М. Юнус, А. Жоли. – М. : Альпина Паблшерз, 2009.
5. Dees J.G. Enterprising nonprofits / J.G. Dees // Harvard Business Review. – 1998. – Vol. 76. – Issue 1. – P. 55–66.
6. Кіреєва О. Б. Соціальне підприємництво як засіб соціального розвитку / О. Б. Кіреєва // Пробл. упр. соц. та гуманіст. розв. : матеріали III регіон. наук.-практ. конф. / за заг. ред. В. Г. Вікторова. – Д. : ДРІДУ НАДУ, 2009. – С. 79–82.
7. Свинчук А. А. Організаційні механізми розвитку соціальних підприємств в Україні [Електронний ресурс]. – Режим доступу : https://kneu.edu.ua/userfiles/d-26.006.03/2016/dis2Bd_Svynchuk.pdf
8. Emerson J. The blended value map: Tracking the Intersects and Opportunities of Economic, Social and Environmental Value Creation / J. Emerson, S. Bonini, K. Brehm. — 2003. — 182 p.
9. Социальное предпринимательство в России и в мире: практика и исследования / отв. ред. А. А. Московская ; Нац. исслед. ун-т «Высшая школа экономики». — М. : Изд. дом Высшей школы экономики, 2011. — 284 с.
10. Seelos C., Mair J. Social Entrepreneurship the contribution of individual entrepreneurs to sustainable development. – 2004. – 19 p.
11. Ковальова А. Підходи до створення успішного стартапу: світовий досвід [Електронний ресурс] / А. Ковальова. – Режим доступу : http://confcontact.com/2014_02_meshko/37_Kovalyova.html.

References

1. J. Mair, I. Marti // Journal of World Business. – 2006. – 41(1). – P. 36–44. – Rezhym dostupu : https://c.ymcdn.com/sites/www.usasbe.org/resource/resmgr/social_entrepreneurship/mair_and_marti.pdf.
2. Sotula O. V. Sotsialne pidpriemnytstvo yak innovatsiina model rozvytku ekonomiky / E. O. Sotula // Efektyvna ekonomika. – 2013. – № 4.
3. Vynnykov O. Sotsialne pidpriemnytstvo: hodi bazhaty, yak krashche / O. Vynnykov // Priorytety. – 2008. – № 4 (10). – S. 25–28.
4. Yunus M. Sozdavaia myr bez bednasty: sotsyalnyi byznes y budushchee kapytalyzma / M. Yunus, A. Zholy. – M. : Alpyna Pablysherz, 2009.
5. Dees J.G. Enterprising nonprofits / J.G. Dees // Harvard Business Review. – 1998. – Vol. 76. – Issue 1. – P. 55–66.
6. Kirieieva O. B. Sotsialne pidpriemnytstvo yak zasib sotsialnoho rozvytku / O. B. Kirieieva // Probl. upr. sots. ta humanist. rozv. : materialy III rehion. nauk.-prakt. konf. / za zah. red. V. H. Viktorova. – D. : DRIDU NADU, 2009. – S. 79–82.
7. Svynchuk A. A. Orhanizatsiini mekhanizmy rozvytku sotsialnykh pidpriemstv v Ukraini [Elektronnyi resurs]. – Rezhym dostupu : https://kneu.edu.ua/userfiles/d-26.006.03/2016/dis2Bd_Svynchuk.pdf
8. Emerson J. The blended value map: Tracking the Intersects and Opportunities of Economic, Social and Environmental Value Creation / J. Emerson, S. Bonini, K. Brehm. — 2003. — 182 p.
9. Sotsyalnoe predprynimatelstvo v Rossyy y v myre: praktyka y yssledovanyia / отв. ред. А. А. Moskovskaia ; Nats. yssled. un-t «Vysshhaia shkola ekonomyky». — М. : Yzd. dom Vysshei shkoly ekonomyky, 2011. — 284 s.
10. Seelos C., Mair J. Social Entrepreneurship the contribution of individual entrepreneurs to sustainable development. – 2004. – 19 p.
11. Kovalova A. Pidkhody do stvorennia uspishnoho startapu: svitovyi dosvid [Elektronnyi resurs] / A. Kovalova. – Rezhym dostupu : http://confcontact.com/2014_02_meshko/37_Kovalyova.html.

Рецензія/Peer review : 04.05.2018

Надрукована/Printed : 03.06.2018

Рецензент: д. е. н., проф. Андрющенко К. А.

UDK 338.242.2

CHUKHRAIEVA N.
SHEE "Vadym Hetman Kyiv National Economic University"**INFRASTRUCTURE PROVISION OF INNOVATION COMMERCIALIZATION:
FOREIGN EXPERIENCE**

The purpose of the article is to clarify the features of infrastructure support as one of the main mechanisms for the formation of an innovation environment for the successful implementation of innovation results by the example of economically developed countries. The relevance of the research topic is due to the enormous importance for innovative enterprises of solving the problem of the commercialization of innovative products. This is due to the fact that enterprises in a tough competitive environment are not enough only to develop innovations, but for their own effective development and continued competitiveness they need to be sold also on the market. Successful implementation of this task requires the creation of a modern mechanism for bringing innovations to the market. To optimize the commercialization process in each of the advanced countries, its own innovative environment was formed. One of the important mechanisms for the formation of an innovation environment in economically developed countries is the infrastructure support, which implies the creation of special organizational structures and is classified according to the range of services provided by the organizations that make up it. For successful innovation commercialization and their introduction to the market, a sufficiently developed infrastructure complex is required with the direct involvement of the state. Generalized foreign experience provides examples of detailed and balanced state regulation of innovation activity through both direct participation in innovation activities and indirect support and development of innovation infrastructure.

Key words: commercialization, innovative infrastructure, innovations, types of innovative infrastructure.

ЧУХРАЄВА Н. М.

ДВНЗ «Київський національний економічний університет ім. В. Гетьмана»

**ІНФРАСТРУКТУРНЕ ЗАБЕСПЕЧЕННЯ КОМЕРЦІАЛІЗАЦІЇ ІННОВАЦІЙ:
ЗАРУБІЖНИЙ ДОСВІД**

Вирішення проблеми комерціалізації інновацій є базовою умовою успішної інноваційної діяльності та міжнародної конкуренції національної продукції. У статті виділено інфраструктурне забезпечення економічно розвинених країн як один із основних механізмів формування інноваційного середовища, що припускає створення спеціальних організаційних структур. Автором виявлені основні види інноваційної інфраструктури, які класифікуються згідно зі спектром наданих послуг організацій, що входять до її складу. Розглянуто узагальнені приклади зарубіжного досвіду регулювання державою інноваційної діяльності.

Ключові слова: комерціалізація, інноваційна інфраструктура, інновації, види інноваційної інфраструктури.

Introduction and statement of the problem. Innovative activity plays a key role in the effective development of national economies in all economically developed countries of the world. Realizing the importance of innovative processes, the governments of developed countries apply a variety of measures to support this activity. At the same time, sustenance is carried out not only at the expense of state regulation in the form of adoption of appropriate normative acts, creation of innovative infrastructure and state stimulation of innovation activity, but also due to investment activity. In the United States, about \$ 500 billion annually are invested in innovative activities, in China more than \$ 300 billion per year, Japan – about \$ 150 billion per year, in Ukraine – about \$ 34 billion [8–10]. Moreover, in the modern world it is precisely the innovations that are paid special attention during the periods of overcoming the crisis situations that arise in the economy.

As world experience shows, one of the main sources of new technologies and innovations, without which no innovative economy can do without, are enterprises that carry out innovative activities. Innovative enterprises not only ensure the development of the scientific and technical sphere of countries, along with research institutes, but also have a great importance for social and economic development. Enterprises of innovation sphere form a healthy competitive environment, promote employment of the population, at the expense of taxes supplement the state budget, create and support innovative activity in the countries, and most importantly, ensure their economic growth [1].

Nevertheless, the effective development of the innovation economy is impossible without the orientation of innovation to consumers, without meeting their requests and preferences, that is, without bringing to the market innovations that can be fully realized through the commercialization of innovative products. In all developed countries the problem of innovation commercialization is one of the central to effective innovative development. His decision is not only the main condition for the successful implementation of innovative results, but also directly affects the international competition of national products.

The relevance of the research topic is due to the enormous importance for innovative enterprises of solving the problem of the commercialization of innovative products. This is due to the fact that it is not enough for enterprises in the conditions of tough competition to develop innovations only, but for their own effective development and preservation of competitiveness it is necessary to sell them also on the market. Successful implementation of this task requires the creation of a modern mechanism for bringing innovations to the market.

Recent research and publications analysis. Research on innovation and the introduction of innovative products to the market are devoted the works of such foreign scientists as: Bruce E., Littbert C., Monchev N.,

Mansfield E., Nixon F., Perlaki I., Rogers E., Santo B., Tucker R., Twist B., Foster R., Freeman K., Hartman V.D., Hemel G., Shelton R., Schumpeter J. and others.

The main mechanisms for the commercialization of innovation were considered by such scientists as Kvashnin A., Mizhinsky M., Pilnov G., Sigutin M., Sushkov P., Tarasov O., Khomkin K., Yanovski A. and others.

Considerable attention is paid to the solution of the problem of innovation commercialization taking into account the world experience in the works of leading Ukrainian scientists, in particular: V. Heyets, V. Solovyov, M. Ilchenko, L. Fedulov, O. Mazur [2–4], S. Ilyashenko [5] and others.

However, despite the fact that the problem of realizing innovations in the market is not fundamentally new, and to date, it has been devoted to a significant number of scientific papers, the formation of an effective mechanism for the commercialization of innovative products is still insufficiently investigated.

Aim of the article. To clarify the features of infrastructure support as one of the main mechanisms for the formation of an innovation environment for the successful implementation of innovation results by the example of economically developed countries.

Main results of the study. The solution of questions of innovation commercialization is one of the priority directions for innovative development in the entire world community. Thanks to the commercialization of innovations, many developed countries occupy a leading position in the international market of high technology products, since commercialization is the main condition for successful implementation of innovation activity.

To optimize the process of bringing innovation to the market in each of the advanced countries was formed its own environment of commercialization (or innovation environment as such). All developed countries differ from each other of a variety of different institutional conditions, including political, economic, social and other factors, but the mechanisms of formation of innovation environment used by these countries have been developed on the basis of global experience, and therefore have minimal differences. The main mechanisms used in the world for the establishment and development of the environ of the innovation commercialization are: regulatory and legal support, infrastructure support and methods of supporting and stimulating the innovation environment.

One of the important mechanisms for the formation of an innovation environment in economically developed countries is infrastructure support. It implies the creation of special organizational structures – centers, agencies and funds, intended for:

- providing financial, marketing, legal, personnel, information and other assistance to developers;
- creation of favourable conditions for innovation activity and, consequently, innovation commercialization;
- coordination of innovation activities, etc.

Innovative infrastructure is classified according to the range of services provided by its organizations (structures) - financial, material, information, personnel and expert-consulting (Figure 1).

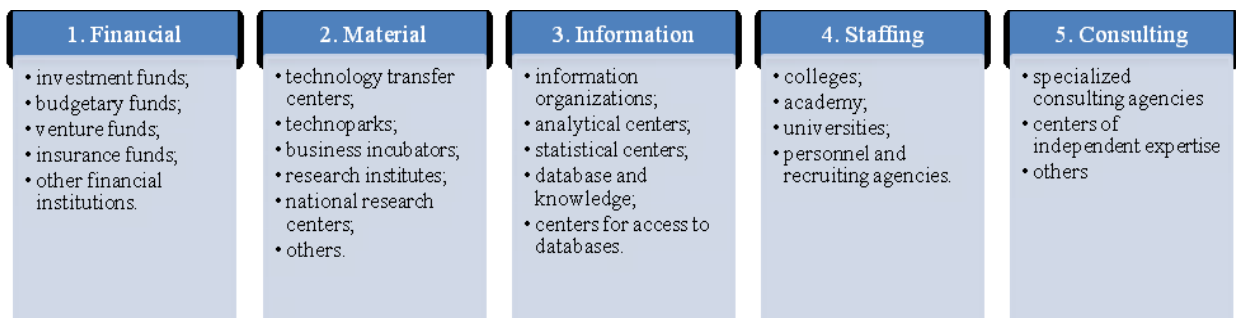


Fig. 1. The main types of innovation infrastructure [6]

Budget, investment and venture funds are financial organizations that specialize in providing financial resources to small and medium-sized enterprises (in the case of venture funds, high-risk innovation is a priority).

A challenge for early-stage technology-based companies is raising investment to support their growth, although not all companies will need investment; some will be able to “bootstrap” – that is manage to generate early sales of products so that paying customers can provide the development funds needed.

Firms which need investment in order to grow, venture capital is frequently regarded as the only investment to seek, but there may be more appropriate alternatives. Furthermore, a typical technology company developing in a middle-income country is not attractive to venture capital funds. Also, there may be insufficient deal flow to provide the venture fund with a sufficiently large number of business plans from which to select the potentially most profitable investments. Several country governments are creating ‘national investment funds’ which invest public funds to attract private sector investors into the early-stage investing space. While government programs may be effective, there are often constraints which discourage private co-investment (World Economic Forum, 2017) [11].

There are alternatives to venture capital which should be considered. Technology based companies in these countries may be better off initially seeking seed level investment. Seed capital investors, including “angel

investors," work with much smaller deal flows and typically fund a much higher percentage of potential deals they evaluate.

Technoparks are specialized areas characterized by favourable conditions for the development of innovative entrepreneurship, including small and medium-sized enterprises, research institutes, higher educational institutions, various centers and agencies, as well as other objects of innovation infrastructure.

Business incubators are structural organizations formed to assist in the creation and development of small innovative enterprises based on technical, financial, information and consulting support.

Personnel and recruiting agencies are organizations specializing in the provision of services for hiring, searching, selecting and attracting the required specialists from competitive organizations.

National research centers – organizations (more often state) that carry out research, development activities, as well as commercial implementation in the most priority areas of science, technology and technology of the country.

Technology transfer centers are organizations that provide various services for the commercial sale of innovative products.

Colleges, Academies and Universities are higher educational institutions that train (retrain) highly qualified specialists in various fields of activity, both having and not directly related to the innovation sphere. With the importance of commercializing research that emanates from universities, and the fact that the selection of a commercialization strategy is the heart of developing innovations, commercialization determines the path through which organizations gains revenue and profit for the products and innovation [7].

Consulting agencies are organizations created to provide professional consulting services in various areas of innovative entrepreneurship, including assistance in working with the entire list of supporting documentation.

Creating a clear legal framework is critical for fostering technology commercialisation, especially IPR-based. Such processes require the capacity of national intellectual property institutions to clarify IPRs, such as ownership of IP from publicly funded research, and facilitate their effective oversight and IP-based commercialisation.

Centers of independent expertise – specialized organizations that provide services for expert assessment and audit of enterprises and innovative products as such.

Analytical, statistical, information centers are organizations specializing in the collection and processing of a variety of data on innovative enterprises operating on the market, scientific and other organizations providing related services, innovative products and new technologies, registered intellectual property objects, etc.

For example, in Japan, a state-owned Small and Medium Enterprise Agency (SMEA) has been established that regulates the activities of the entire innovation infrastructure of the country and carries out in the sector of small and medium-sized enterprises the coordination of the state strategy in the field of innovation. For example, in Japan, a state-owned Small and Medium Enterprise Agency (SMEA) has been established that regulates the activities of the entire innovation infrastructure of the country and carries out in the sector of small and medium-sized enterprises the coordination of the state strategy in the field of innovation. Also, the Organization for SME Support and Innovative Development of the Regions of Japan – SMRJ, comprising nine institutes for improving technology and enterprise management, four technology parks and a number of business incubators in which specialists and supervisors small enterprises receive theoretical and practical training on all issues of entrepreneurial activity. In the USA, the National Science Foundation (NSF) is an independent agency responsible for promoting science in the country through research programs and educational projects.

In France created the "National Agency for Promotion Innovative attractiveness of scientific research» (Agence Nationale de Valorisation de la Recherche – ANVAR) for rendering assistance and financial support of innovative activity in the industry of France, mainly in the small and medium business sector. In Norway, the "Association in Innovation Societies", created to ensure the planned development of the innovation environment and the investment climate, to improve the conditions for the operation of innovative enterprises, to promote the search for highly qualified personnel for enterprises and much more. The European Social Fund (ESF) specializes in providing financial resources for the adopted programs to develop the capacity of scientific collaborators and researchers.

In Switzerland, the National Centers for Competence in Research (NCCR) was opened. In Sweden, support for small technology firms is provided through the Government Agency for Innovative Systems in Sweden (VINNOVA – Swedish Governmental Agency for Innovation Systems) and the Swedish Industrial Development Fund (IDF), which provides lending and direct investment in small businesses. In Finland, through the Finnish Agency for Technology and Innovation (TEKES) and the Finnish Innovation Fund (SITRA).

The special direction of this mechanism is the use of experience and knowledge of highly qualified specialists (managers, engineers, financiers, etc.) who retired to provide consulting and mentoring services. For example, the US created the "Corpus of Consultants from among former executives" (SCORE), which provides mentoring and consulting services on technical, organizational and financial issues to new and existing enterprises at any stage of their life cycle. Similar structures for the provision of consulting services with the possibility of travelling to a particular enterprise operate in the countries of Europe (European Senior Service Network – ESSN). In Japan, this direction is represented by the Japan Industrial Design Promotion Organization (JIDPO), operating in

Tokyo. The organization JIDPO is focused on granting to the new enterprises the effective help in drawing up of the necessary technical documentation with assistance of experts of design and design associations.

Conclusions. Thus, for successful innovation commercialization and their introduction to the market, a sufficiently developed infrastructure complex is required. At the same time, state participation is an essential condition for the establishment of a successful innovation environment in developed countries. Generalized foreign experience provides examples of detailed and balanced state regulation of innovation activity through both direct participation in innovation activities and indirect support and development of innovation infrastructure. Nevertheless, the success of the process of commercialization is determined not only by the innovative environment, but also by the enterprises themselves.

References

1. Chang Yu, Yang P., Chen, M. (2009). Determinants of Academic Research and Business: On the Way to Organizational Issues. *Research Policy*, 38 (6), 936–946.
2. Innovative economic development: model, management system, state policy / ed. Dr. ekon. professor L.I. Fedulova. – K. : Basis, 2005. – 552 pp.
3. Strategic Challenges of the 21st Century for Society and the Economy of Ukraine: in U. / Ed. acad. NAS of Ukraine V.M. Gaytsa, acad. National Academy of Sciences of Ukraine Semynozhenko, member – Cor. National Academy of Sciences of Ukraine B.Ye. Kvasnyuk. T.I.: Economics of knowledge – modernization project of Ukraine. – K.: Phoenix, 2007. – 554 p.
4. III International Forum, "Modern Innovation Policy: Status, Problems and Development Prospects. (Ministry of Education and Science of Ukraine, German Technological Cooperation Society, Dnipropetrovsk Oblast State AdMinistry), Dnipropetrovsk, 2009. – 180 p.
5. Marking. Management. Innovations: monograph / ed. S.M Illyashenka – Sumy: LLC "TD" Papyrus", 2010. – 624 p.
6. Yegina N.A. Actual problems of formation of innovative infrastructure and state support of innovative business in the region [Electronic resource] // Scientific and practical magazine "Studium / Studium". – 2010. – № 2 (15). – Access mode : <https://www.sarki.ru/studium/publ10/egina.pdf> (date of the application: 15.04.2018).
7. Servo, J.C. (1998). Commercialization and business planning guide for the post award period: design especially for the technology entrepreneur. Dawn Breaker Press.
8. European Innovation Scoreboard 2017 [Electronic resource]. – Access mode : https://www.rvo.nl/sites/default/files/2017/06/European_Innovation_Scoreboard_2017.pdf
9. Official site of the American non-profit research organization "Memorial Institute Battelle" (Battelle Memorial Institute) [Electronic resource]. – Access mode : <https://www.battelle.org/>
10. Official site of the State Statistics Committee of Ukraine [Electronic resource]. – Access mode : <http://www.ukrstat.gov.ua>
11. World Economic Forum. 2017. National Infrastructure Acceleration (NIA) [Electronic resource]. – Access mode : <https://www.weforum.org/projects/regional-acceleration-of-infrastructure-projects>

Рецензія/Peer review : 12.05.2018
Надрукована/Printed : 03.06.2018
Рецензент: д. е. н., проф. Репіна І. М.

УДК 330.341.1(477)

ПОПЛАВСЬКА О. В.,
БАЛАБАНЮК Д. В.
Хмельницький національний університет**ІННОВАЦІЙНО-ТЕХНОЛОГІЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ
СТАЛОГО РОЗВИТКУ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ**

В статті розглянуто проблеми втілення політики сталого економічного розвитку в Україні. Доведено необхідність збалансування економічної, соціальної та екологічної складових для ефективного забезпечення зростання економіки країни. Досліджено сучасний стан інноваційно-технологічного забезпечення сталого розвитку та етап розвитку економіки. Окреслено шляхи трансформації економіки України на засадах сталості та доведено необхідність формування повнофункціональної системи підтримки інноваційних процесів.

Ключові слова: сталий розвиток, інновації, технологічний уклад, інноваційно-технологічне забезпечення, економіка знань.

POPLAVSKA O.,
BALABANIUK D.
Khmelnitskyi National University**INNOVATIONAL AND TECHNOLOGICAL ENSURANCE
TO SUSTAINABLE ECONOMY DEVELOPMENT OF UKRAINE**

In the article the problems of implementation of sustainable economic development by providing innovative and technological processes are considered, the concept of sustainable development is highlighted. It is proved that for successful implementation of sustainable economic development in Ukraine it is necessary to balance three aspects: economic, social and environmental. It is revealed that obsolete machine-building and production facilities are interfered for sustainable development of the Ukrainian economy, as well as the involvement of technologies related to the third technological process. The problem is also caused by the gradual exhaustion of the country's energy resources. In the article the practical expediency of innovative development realization proves, focusing on its results. The research confirms the justification of creation of the full-fledged system for the providing innovative processes. It is assumed that the system should cover a number of innovative institutions for organizational and financial-investment support at the expense of consolidating the capacity of state, public and private organizations. This can ensure the satisfaction of common interest and stimulate positive changes in the structure of GDP, national and individual wealth and the social level of life. Outlined strategy can promote the economic growth, and its implementation can initiate the creation of powerful production complexes that will produce goods with new consumer qualities. Ukraine should attract investments and finances in the technology of the 5th and 6th technological processes. It will help form the knowledge economy in the country by stimulating such innovative industries as artificial intelligence, nuclear energy, genetic engineering, etc., and accelerating the implementation of sustainable development.

Keywords: sustainable development, innovations, technological wave, innovative and technological support, knowledge economy.

Постановка проблеми. В контексті сучасних глобалізаційних процесів перспективи розвитку будь-якої країни залежать від спроможності держави забезпечити збалансування розвитку економіки, соціальної сфери та збереження екологічного середовища, від здатності мобілізувати інтелектуальний, науковий та технологічний потенціал суспільства на досягнення цієї мети шляхом широкого запровадження інновацій в усі сфери життєдіяльності суспільства. Такий підхід дозволяє реалізовувати політику сталого економічного розвитку країни. Наразі в Україні сталий розвиток економіки не здійснюється належним чином через брак розуміння організації процесу, узгодженості між гілками влади та відсутності розвиненої інноваційної інфраструктури.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Проблеми економічного розвитку на засадах сталості аналізували такі автори, як Н. Алексеєнко, В. Геєць, Т. Горностаєва, О. Мірошніченко, І. Мурашко, А. Урсул. Шляхи реалізації інноваційного потенціалу країни вивчали такі вчені: В. Александрова, Ю. Андрусів, А. Гальчинський, М. Данько, А. Кінах, Ю. Корецький, О. Лапко, В. Марцин, О. Олійник, С. Онишко, В. Павлов, В. Семиноженко, Т. Щедрина. Механізми забезпечення сталого розвитку, а також роль інновацій та технологій у цьому процесі досліджували З. Бауман, В. Воронкова, М. Згуровський, Н. Сапа.

Метою статті є дослідження інноваційно-технологічного забезпечення сталого економічного розвитку національної економіки.

Виклад основного матеріалу Поняття «сталий розвиток» сьогодні доцільно розглядати не лише як суспільний тренд, який виник на тлі глобалізаційних процесів та цивілізаційних змін, а як імператив та невідкладну вимогу ХХІ століття.

Організація Об'єднаних Націй визначає сталий розвиток як такий, що задовольняє потреби нинішнього покоління, але не загрожує здатності майбутніх поколінь задовольняти власні потреби [1, с. 36]. В рамках Конференції ООН зі сталого розвитку «РІО+20», яка відбулася в червні 2012 р, визначено, що

єдиним шляхом інституціональних світових перетворень, здатним забезпечити випереджаючий сталий розвиток світової економіки та зростання добробуту населення планети, є реалізація інноваційної стратегії сталого розвитку з опорою на нову міжнародну правову платформу, новітні технології та відповідно «переосмислену» геополітичну філософію, визначаючи розвиток слаборозвинутих країн справою всього світового співтовариства [2, с. 3].

Сталий розвиток передбачає позитивне зростання економічних, соціальних та екологічних параметрів, забезпечуючи загальний прогрес суспільства у всіх його сферах [1, с. 37]. Для ефективного забезпечення сталого розвитку необхідна та обов'язкова інтеграція трьох вище зазначених компонентів, внаслідок синергетичного ефекту від взаємодії яких можна досягти підвищення якості життя населення України та забезпечити ті зміни, що відповідають інтересам більшості громадян у довготривалій перспективі.

Схематично сталий розвиток деякі автори представляють як зону перетину трьох його складових, а саме – економічної, соціальної та природоохоронної.

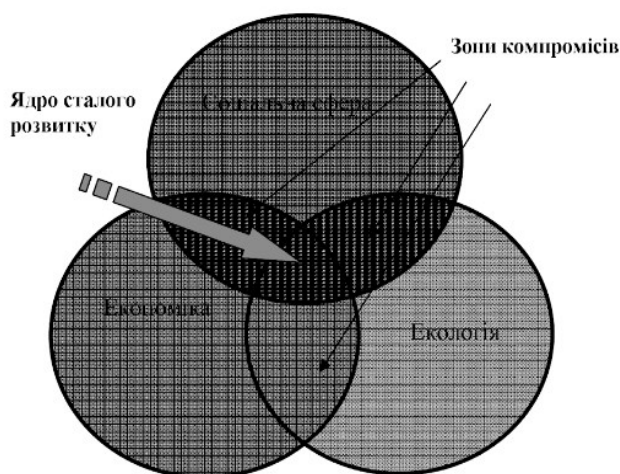


Рис. 1. Сталий розвиток [1, с. 37]

Системне узгодження і гармонізація цих трьох складових – надскладний виклик. На думку Н. Сапи [3, с. 176], взаємний зв'язок соціальної і екологічної складових призводить до необхідності збереження рівних прав нинішніх і майбутніх поколінь на використання природних ресурсів. Взаємодія соціальної і економічної складових вимагає досягнення справедливості в процесі розподілу матеріальних благ між людьми і надання цілеспрямованої допомоги соціально незахищеним шарам суспільства, а взаємозв'язок природоохоронної і економічної складових вимагає вартісної оцінки техногенних впливів на довкілля. Вирішення цих завдань повинно стати пріоритетною метою для урядів, авторитетних міжнародних організацій і всього прогресивного людства.

Для досягнення сталого розвитку економіки України необхідно забезпечити адекватну якість економічного зростання [4, с.92]. Економічну ситуацію поточного періоду можна назвати умовами економічного детермінізму, в яких виробництво базується на надмірному споживанні та виснаженні ресурсів наступних поколінь, таким чином порушуючи постулат сталого розвитку про недопущення загроз задоволенню потреб майбутніх поколінь. Застаріла виробничо-технологічна база унеможливила реалізацію економіки України на засадах сталості. Рішенням такої проблеми є впровадження інноваційних технологій, спрямованих на ресурсоекономію, енергоефективність, альтернативну або зелену енергетику.

Зважаючи на глобалізаційні процеси, стратегічно важливим вбачається розвиток інфраструктури інноваційного розвитку, розробка конкретних механізмів організації ефективного міжнародного інноваційного процесу, а також формування повнофункціональної системи забезпечення інноваційного процесу як сукупності сучасних сервісних структур, що постійно підтримуватимуть і стимулюватимуть інноваційну діяльність, а також сприятимуть самоорганізації її учасників.

Ключовим чинником успіху в забезпеченні сталого розвитку економіки країни є комплексний системний підхід, який дозволить кожній державі використати географічний, природно-ресурсний, інфраструктурний, інтелектуальний потенціал, а також кумулятивний ефект завдяки спільній реалізації цього потенціалу у поєднанні з кращим світовим досвідом в організації інноваційного процесу.

Деградація виробничого, інноваційного та технологічного потенціалу країни першочергово зумовлена тим, що інвестиції в модернізацію основного виробничого капіталу вкладаються переважно (від 75% до 83%) в технології 3-го технологічного укладу, тобто індустріальні технології та машинне виробництво, сутність яких полягає у перетворенні електроенергії на головну рушійну силу розвитку

економіки. Зворотною стороною такого підходу та процесу є деградація економіки України, адже застосування цих технологій призводить до інтенсивного споживання ресурсів країни, перешкоджаючи розвитку економіки на засадах сталого розвитку.

Наслідками деградації економіки України в розрізі інноваційно-технологічного аспекту є такі реалії:

- вплив нових технологій на приріст ВВП становить 1% в Україні, в той час як в розвинених країнах – 60–90%;
- практична відсутність високотехнологічного експорту (0,01% у загальних обсягах);
- імітаційний характер переважної більшості інновацій (85% витрат складає вартість обладнання, машин та запозиченого ПЗ);
- частка 5-го та 6-го технологічного укладів у виробничо-технічному потенціалі складає відповідно 3% та 1%.

Щоб зупинити подальший економічний занепад та поступово реалізувати цілі сталого розвитку, окреслені в програмі ООН, необхідно знайти стратегічні рішення для розвитку національної економіки, сприяти формуванню інфраструктури інноваційного розвитку країни, забезпечуючи функціонування інноваційних структур на всіх рівнях влади, розробляючи та підтримуючи інноваційні проекти та ініціативи (табл. 1).

Стає очевидним, що країна потребує шлях інноваційного прориву, що фокусується на створенні потужних виробничих кластерів, які дозволять випускати продукцію з новими споживчими якостями, відповідно – більш конкурентоспроможну. Такий сценарій призведе до збільшення експорту української продукції на світові ринки і як наслідок – зростання економічних показників. Слід зауважити, що при цьому передбачено використання інноваційних технологій для збереження ресурсів країни.

Таблиця 1

Потенційні шляхи трансформації економіки України (розроблена на основі матеріалів Національної науково-технологічної асоціації України) [5]

№	Шлях трансформації	Тривалість	Сутність	Результат
1	Еволюційний	20-30 років	Передбачає технологічну модернізацію наявних виробництв на основі впровадження адаптованих іноземних інновацій та сучасних технологій	«Наздоганяючий розвиток» з перспективою посісти чільне місце серед держав середнього рівня розвитку
2	Інноваційний прорив	Дасть помітні результати протягом 4-5 років	Передбачає створення широкомасштабних інноваційних виробництв продукції з принципово новими споживчими якостями у найбільш перспективних і конкурентоспроможних галузях	«Прискорений сталий розвиток» з перспективою суттєвого поліпшення економічного стану національної економіки соціально-економічних умов життєдіяльності та стійкості глобальним викликам.

Таким чином, інноваційно-технологічне забезпечення сталого розвитку економіки в Україні має бути орієнтованим на використання ресурсної бази та ресурсного потенціалу п'ятого та шостого технологічних укладів. Попри те, що арсенал можливостей шостого укладу лише на 5% використовується в таких розвинених країнах, як США, в Україні про нього ще зарано говорити. Проте в контексті сталого розвитку економіки Україна повинна орієнтуватись саме на шостий технологічний уклад, формуючи економіку знань, яка стимулюватиме розвиток таких новітніх галузей, як штучний інтелект, генна інженерія, термоядерна енергетика тощо та реалізуватиме прискорений сталий розвиток. Практичне втілення сталого економічного розвитку українського соціуму великою мірою детерміновано впровадженням інноваційних технологій та активним здійсненням інноваційної діяльності на всіх рівнях, включаючи рівень державного регулювання та самоорганізації місцевих громад. Важливо також зазначити, що інноваційно-технологічне забезпечення сталого економічного зростання України не може відбуватися належним чином без механізму приватно-державного партнерства, яке передбачає поєднання інтересів влади, бізнесу та громади.

Висновки. Отже, для реалізації сталого розвитку економіки країни слід формувати повнофункціональну систему забезпечення інноваційних процесів в країні, а саме – систему інститутів для організаційної та фінансово-інвестиційної підтримки функціонування інноваційної сфери за рахунок консолідації ресурсних можливостей державних, приватних та громадських фінансово-сервісних інститутів і організацій. Акселераторами роботи інститутів інноваційної та інвестиційної інфраструктури можуть виступати різноманітні інноваційні хаби, кластери, технопарки, бізнес-інкубатори, фонди фінансування інноваційних програм та проектів, різноманітні альянси та асоціації. Таке запровадження сучасних механізмів міжсекторного партнерства держави, бізнесу, інститутів громадянського суспільства та самоорганізація учасників інноваційного процесу може принести значний результат, який проявиться у створенні потужних виробництв інноваційного продукту та науково-виробничих комплексів, що виготовлятимуть продукцію з новими споживчими якостями.

Серед перелічених механізмів інноваційно-технологічного забезпечення сталого економічного розвитку одним із найбільш ефективних ми вважаємо формування та розвиток високотехнологічних кластерів. Одним з найбільш ефективних механізмів підтримки пріоритетних інвестиційних проектів, що забезпечують виробництво конкурентоспроможної продукції на внутрішньому і міжнародному ринках, а також розв'язання питань енерго- і ресурсозбереження є формування і розвиток регіональних високотехнологічних кластерів, орієнтованих на інтегроване вирішення усього комплексу завдань інноваційного розвитку. При цьому високотехнологічні кластери в промислово розвинених регіонах доцільно формувати і розбудовувати за принципом підтримки найвищих компетенцій у науково-технологічному і промислово-технологічному секторах певного регіону. Такі кластери консолідує наявний у регіоні освітній, науково-технологічний, промисловий і ресурсний потенціал для скоординованого розв'язання завдання інноваційного розвитку регіону за рахунок цілеспрямованого організаційного, законодавчого, ринкового і ресурсного стимулювання зростання та модернізації конкретних регіонально-галузевих комплексів та інтеграції підприємств різних форм власності. Фактично високотехнологічні кластери є основою зростання регіональної економіки і сталого розвитку малих форм підприємництва, задіяних у високотехнологічному секторі економіки. Кластер забезпечує одночасний і системний розвиток відразу всіх складових економіки регіону, починаючи від модернізації освіти, реалізації перспективних і затребуваних НДДКР, продовжуючи проводити ефективну комерціалізацію розроблених рішень, починаючи з освоєння їх промислового виробництва з одночасною модернізацією самих виробництв, і закінчуючи комплексним впровадженням і сервісним супроводом.

Сучасний стан економіки країни, регіонів, галузей, окремих підприємств підтверджує, що найбільш прийнятною стратегією їх подальшого розвитку є інноваційний напрям. Наслідком цього будуть позитивні зміни у структурі ВВП на користь високотехнологічної продукції і загалом зростання національного багатства, а також матиме місце підвищення ролі людського капіталу, матеріального добробуту та соціальних стандартів життя населення.

Крім того, ефективне інноваційно-технологічне забезпечення сталого економічного розвитку дозволить Україні поступово виходити з боргової ями та почати інвестувати кошти у власні високотехнологічні галузі і виробництва з високим ступенем доданої вартості та технологічної переробки, розвивати наукомістке підприємництво. Інновації та технології здатні повністю реалізувати цілі сталого розвитку економіки, адже допомагають знизити рівень витрат на сировину та енергетичні ресурси, і загалом знизити сам рівень ресурсо- та енергомісткого виробництва.

Література

1. Структурні зміни та економічний розвиток України : монографія / В.М. Геєць, Л.В. Шинкарук, Т.І. Артьомова та ін. / Інститут економіки та прогнозування НАН України. – К., 2011. – 696 с.
2. Глазьев С.Ю. Мировому сообществу нужен инновационный и инвестиционный драйв / С.Ю. Глазьев, В.А. Ивченко, М.П. Фрейдлин // Газета 2000. – 2012. – № 35(619). – С. 3–4.
3. Сапа Н.В. Інноваційний механізм як фактор досягнення сталого розвитку сучасного українського суспільства / Н.В. Сапа // Гуманітарний вісник ЗДІА. – Вип.39. – 2009. – С. 174–183.
4. Алексеенко Л.М. Повышение устойчивости экономики Украины к мировым финансовым кризисам / Л.М. Алексеенко / Экономика Украины. – 2008. – № 1. – С. 92–95.
5. Матеріали Національної науково-технологічної асоціації України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://nsta.org.ua/biblioteka-2/publikaci%D1%97-po-temi/>
6. Воронкова В.Г. Теоретичні засади управління інноваційним процесом в Україні / В.Г. Воронкова // Вісник Національного університету «Львівська політехніка». «Проблеми економіки та управління». – 2008. – № 628. – С. 417–423.

References

1. Geets V.M., Shynkaruk L.V., Artemova T.I. (2011) Strukturni zminy ta ekonomichni rozvytok Ukrainy: monographiya [Structural changes and economic development of Ukraine: monograph]. Kyiv: Institute of Economics and Forecasting of the National Academy of Sciences of Ukraine
2. Glazev S.Y., Ivchenko V.A., Freidlin M.P. (2012) Mirovomu obschestvu nuzhen innivatsionnyi i investitsionnyi draiv [The world community needs an innovative and investment drive]. Newspaper 2000, No. 35(619), pp.3-4.
3. Sapa N.V. (2009) Innivatsiyni mechanism yak faktor dosyagnennya stalogo rozvytku suchasnogo ukrainskogo suspilstva [Innovative mechanism as a factor for achieving the sustainable development of modern Ukrainian society]. Humanitarian Bulletin ZDIA, vol.39, pp.174-183.
4. Alekseenko L.M. (2008) Povyshenie ustoychevosti ekonomiki Ukrainy k mirovym finansovym krizisam [Increase of stability of the Ukrainian economy to the global financial crises]. Economy of Ukraine, no.1, pp.92-95.
5. Materialu Natsionalnoi naukovo-technologichnoi asotsiatsii Ukrainy [Materials of the National Scientific and Technological Association of Ukraine] (electronic journal). Available at: <http://nsta.org.ua/biblioteka-2/publikaci%D1%97-po-temi/> (accessed 15 June 2018).
6. Voronkova V.G. (2008) Teoretychni zasady upravlinnya innivatsiynym protsesom v Ukraini [Theoretical foundations of innovation process management in Ukraine]. Bulletin of the National University Lviv Polytechnic. "Problems of Economics and Management", No.628, pp.417-423.

Рецензія/Peer review : 11.05.2018

Надрукована/Printed : 30.05.2018

Рецензент: д. е. н., проф. Ковальчук С. В.

УДК 351.713

СИЛЕНКО О. М.

Запорізький національний технічний університет

СЦЕНАРНЕ ПЛАНУВАННЯ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ МЕТАЛУРГІЙНИХ ПІДПРИЄМСТВ

У статті констатовано потребу подальшого вивчення питань сценарного планування інноваційного розвитку підприємств металургійної промисловості. Доведено, що своєчасне виявлення назрілих проблем, причин їх виникнення, а також визначення шляхів подолання значною мірою залежить від розуміння майбутнього, яке не можна інтерпретувати як звичайне продовження минулого, тому що це майбутнє набуватиме принципово інших форм і структур. Адже виклики та загрози, що виникають у сучасному суспільстві, зумовлюють необхідність передбачення за універсальною методологією, відомою як сценарне планування. Дано авторське визначення поняття «сценарного планування» як комплексу робіт, що базуються на поєднанні експертних знань людей та потужних інструментів, алгоритмів і методів, що використовуються у певній послідовності з встановленням чітко визначених взаємозв'язків між ними з метою побудови сценаріїв можливого розвитку підприємств на середньостроковому і довгостроковому часових горизонтах.

Ключові слова: інноваційний розвиток, сценарне планування, сценарії можливого розвитку, форсайт.

SYLENKO O.

Zaporizhzhya National Technical University

SCENARIOUS PLANNING INNOVATIVE DEVELOPMENT OF METALLURGICAL ENTERPRISES

The author states in the article that Ukraine continues to lose rapidly its industrial, scientific and technological potential and, according to most domestic and western economists, according to the outlined trends inherent in low-tech commodity economy, the country can expect a further recession in the coming years. It is proved that the detection of the pressing problems, the causes of their occurrence, and also the definition of ways to overcome to a large extent depends on the understanding of the future, which can not be interpreted as the usual continuation of the past, because the future will acquire fundamentally different forms and structures. After all, the challenges and threats that arise in a modern society determine the need for foresight according to a universal methodology known as scenario planning. Author's definition of the concept of "scenario planning" is given as a set of works based on a combination of expert knowledge of people and powerful tools, algorithms and methods that are used in a certain sequence with the establishment of clearly defined interrelationships between them in order to construct scenarios for the possible development of enterprises in the medium-term and long-term horizons, means of identification (early warning) indicators that signal the transition of the object of research to a certain state in the future in. It is emphasized that scenarios of the possible development of metallurgical enterprises are essentially the results of research on how the object of analysis should change, provided that certain trends would be strengthened, weakened, or there would be certain events, that is, descriptive versions of the future that provide a clear view of how the object of the analysis may look at the medium and long-term horizons. The priority scenario of the possible development of enterprises of the metallurgical industry in the medium-term (by 2020) and long-term (by 2030) time horizons has been determined.

Keywords: innovative development, scenario planning, scenarios for possible development, foresight.

Постановка проблеми. Радикальні трансформаційні перетворення в гео економічній сфері світу, які розпочалися наприкінці ХХ ст., все більше підсилюють відрив розвинутих країн із постіндустріальною економікою від інших, до числа яких належить і Україна. Середній показник впровадження інновацій в Україні не перевищує 5%. Це призвело до деградації, тобто руйнування виробничого потенціалу вітчизняних підприємств, серед яких не є виключенням і металургійні підприємства.

Ефективною можливістю виправити ситуацію, скоротити розрив між розвинутими країнами та Україною, досягти не тільки прийнятних темпів економічного зростання, але й його якісного наповнення, є форсований перехід національної економіки на рейки інноваційного розвитку.

Аналіз останніх досліджень і публікацій засвідчує, що трансформаційні процеси, які нині спостерігаються в економіці, спонукають науковців до вивчення стратегічного планування інноваційного розвитку вітчизняних підприємств, оскільки саме інноваційна складова відображає в цілому ефективність галузі, визначає обсяги інвестиційних надходжень на реалізацію інноваційних проєктів. Питанням стратегічного планування інноваційного розвитку підприємств значної уваги надавали такі науковці, як О.І. Амоша, Л.Л. Антонюк, В.М. Геєць, М.З. Згуровський, А.В. Перетяцько, К.В. Сіренко, А.М. Ткаченко та ін. Науковці впевнено стверджують, що стратегічне управління є процесом передбачення майбутнього шляхом створення та реалізації стратегії, однак способи, методи та інструментарій побудови й реалізації стратегії залишаються дискусійними. В розвинутих країнах одним з найбільш ефективних інструментів визначення стратегічних перспектив інноваційного розвитку, виявлення технологічних проривів, здатних зробити максимально позитивний вплив на економіку й суспільство в довгостроковій перспективі, визнано форсайт (з англійської foresight – «передбачення»), який нині активно застосовується на всіх рівнях – від національного до корпоративного управління. Саме завдяки форсайту є можливим стратегічне сценарне планування, а отже, вибір оптимального рішення щодо інноваційного розвитку, зокрема, підприємств металургійної промисловості.

Тож, подальші дослідження проблематики стратегічного сценарного планування є важливим завданням, що потребує спеціального наукового аналізу та діагностики стратегічних прогнозів зміни ситуації інноваційного розвитку підприємств металургійної промисловості в середньо- та довгостроковій перспективі.

Постановка завдання полягає у обґрунтуванні потреби у сценарному плануванні інноваційного розвитку підприємств металургійної промисловості за результатами Форсайту соціально-економічного розвитку України на середньостроковому (до 2020 року) та довгостроковому (до 2030 року) часових горизонтах.

Вклад основного матеріалу дослідження. За статистичними даними Україна продовжує стрімко втрачати свій промисловий та науково-технологічний потенціал і, за оцінками більшості вітчизняних та західних економістів, за умови збереження окреслених тенденцій, притаманних низько технологічним сировинним економікам, у найближчі роки країну може очікувати подальша рецесія [3, с.14].

В умовах же глобалізації, коли посилюється залежність кожної країни від світових подій, така ситуація стає загрозливою для світової економіки в цілому та економік інших країн зокрема. За словами директора Міжнародного валютного фонду К. Лагард, криза в Україні – це ризик для світової економіки, оскільки ситуація, що склалася, впливає на міжнародну торгівлю, потоки капіталів і енергобезпеку в Європі [1, с. 34]. В результаті висока ризикованість України наразі обумовлює неможливість її інтегрування в глобальні й регіональні системи [2, с. 22]. Подолати ці бар'єри для запуску механізму повноцінної інтеграції країни у світовий економічний простір можливо лише за умови корінної реорганізації принципів побудови економіки, а саме переходу до принципу інноваційного розвитку.

Нині Україна за даними Європейського інноваційного табло відноситься до групи країн «інноватор, що формується» (рис. 1):

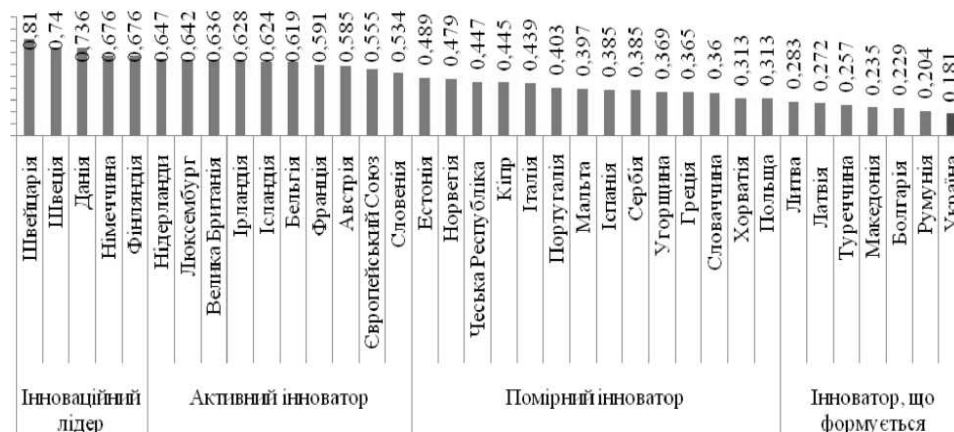


Рис. 1. Загальний індекс інноваційного розвитку країн ЄС, України та можливих конкурентів в 2015 р.
Джерело: [4]

Приналежність України до групи країн «інноватор, що формується» стала наслідком впливу цілої низки організаційних, фінансових та правових перешкод, серед яких найвагоміше місце займає криза інвестиційного забезпечення – явище, за якого валовий приплив фінансових ресурсів на розвиток інновацій (що є запорукою економічного зростання) набуває критичного значення. Фундаментом кризи інвестиційного забезпечення стали «переддефолтні» ризики інвесторів і втрата їх довіри до України у наслідок високої корупції та тінізації економіки, слабкої фінансової дисципліни, надмірного боргового навантаження країни, низького рівня її технологічного укладу тощо.

Своєчасне виявлення назрілих проблем, причин їх виникнення, а також визначення шляхів подолання значною мірою залежить від розуміння майбутнього, яке не можна інтерпретувати як звичайне продовження минулого, тому що це майбутнє набуватиме принципово інших форм і структур. Адже виклики та загрози, що виникають у сучасному суспільстві, зумовлюють необхідність передбачення за універсальною методологією, відомою як сценарне планування [2, с.11].

Сценарне планування – комплекс робіт, які базуються на поєднанні експертних знань людей та потужних інструментів, алгоритмів і методів, що використовуються у певній послідовності з встановленням чітко визначених взаємозв'язків між ними з метою побудови сценаріїв можливого розвитку підприємств на середньостроковому і довгостроковому часових горизонтах, тобто засіб ідентифікації (раннього попередження) показників, які сигналізують про перехід об'єкта дослідження до певного стану в майбутньому.

Сценарії – це описові версії майбутнього, які надають чітке бачення того, як об'єкт аналізу може виглядати на середньо- та довгострокових часових горизонтах. Сценарії практично уявляють собою результати досліджень про те, як об'єкт аналізу має змінитися, за умови, що певні тренди підсилюються б, чи послабилися б, або відбулися б певні події [3, с. 22]. Тож сценарій можливого розвитку підприємств характеризується подіями, які пов'язані одна з одною великою кількістю цілей (мінімум три вихідні мети) та

дозволяє зняти невизначеність, що притаманна прогнозуванню, завдяки побудові конкретних планів із залученням певних параметрів, які базуються на реальних ситуаційних завданнях (рис. 2).

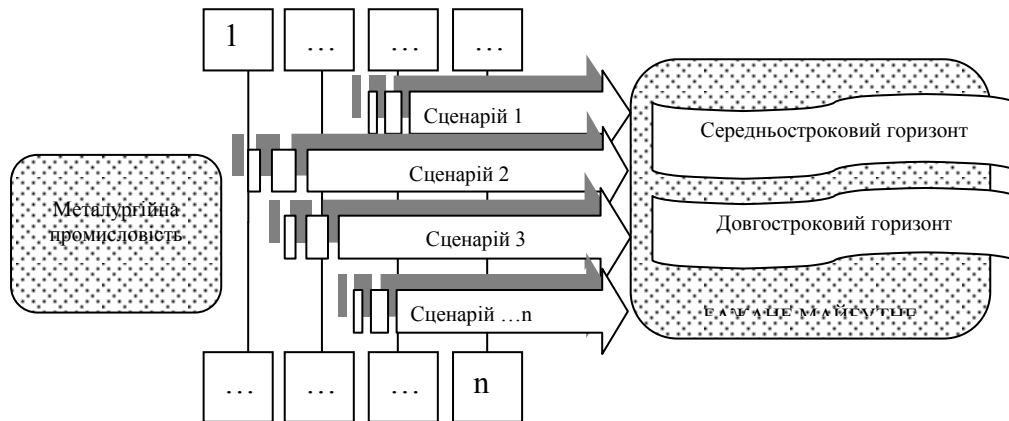


Рис. 2. Схема сценарного планування інноваційного розвитку підприємств металургійної промисловості на середньостроковому і довгостроковому часових горизонтах

Джерело:[3]

Будь-який сценарій розвитку підприємств металургійної промисловості має будуватись з урахуванням сценаріїв соціально-економічного розвитку країни.

За Форсайтом-2015 передбачено наступні сценарії соціально-економічного розвитку України на середньостроковому (до 2020 року) і довгостроковому (до 2030 року) часових горизонтах (рис. 3).

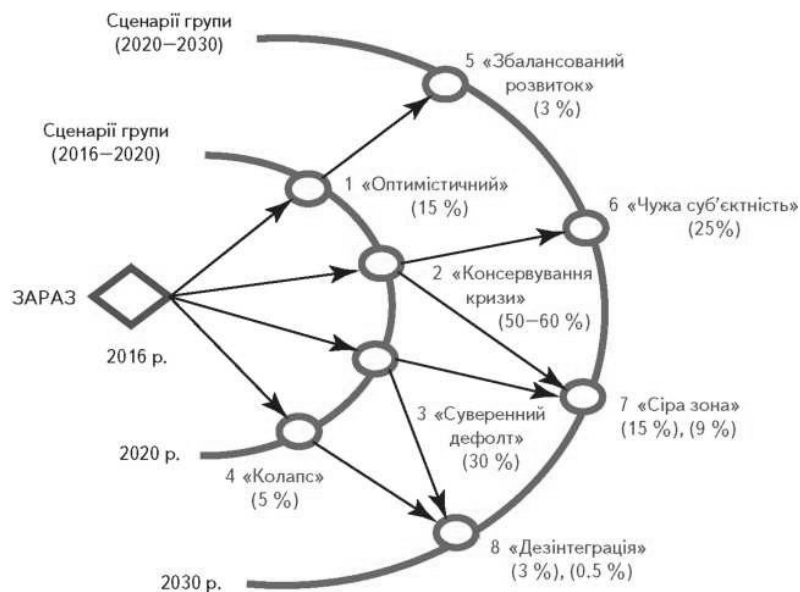


Рис. 3. Логіко-структурна схема сценаріїв соціально-економічного розвитку України на середньостроковому (до 2020 року) і довгостроковому (до 2030 року) часових горизонтах

Джерело:[3]

Серед перелічених сценаріїв пріоритетним слід визнати сценарій «Збалансованого розвитку» – сценарій економічного зростання, за якого використання ресурсів направлено на задоволення потреб людини при збереженні навколишнього середовища не тільки в сьогоденні, але й для майбутніх поколінь. За даним сценарієм передбачається, що сильні характеристики країни суттєво підсилять можливості економіки України, набудуть динамічного розвитку драйвери економіки і будуть мінімізовані гальмуючі фактори.

Припущення щодо покращення рейтингових позицій України супроводжуються припущеннями покращення інвестиційного середовища та підвищення рівня інвестиційного забезпечення інноваційної діяльності підприємств металургійної промисловості, тобто за даного сценарію множина сильних факторів $\{S\} = \{S_1, \dots, S_n\}$ підсилять можливості $\{O\} = \{O_1, \dots, O_n\}$, одночасно буде включено (активізовано) драйвери економіки $\{D\} = \{D_1, \dots, D_n\}$ і мінімізовано дію гальмуючих факторів $\{B\} = \{B_1, \dots, B_n\}$ та множини слабких факторів економіки $\{W\} = \{W_1, \dots, W_n\}$ [3]. Тож, сценарій збалансованого розвитку підприємств металургійної промисловості = набуватиме вигляду:

$$\{L\} \uparrow \rightarrow \{S\} \uparrow \rightarrow \{B\} \downarrow \rightarrow \{W\} \downarrow \rightarrow \{O\} \uparrow \rightarrow \{D\} \uparrow$$

Прикладом успішного розроблення сценаріїв збалансованого розвитку серед підприємств металургійної промисловості є сценарій інноваційного розвитку ПАТ «Запоріжсталь» заснований на європейському принципі «поширенні відповідальності виробника», тобто забезпеченні екологічно чистого виробництва.

Так, ПАТ «Запоріжсталь» та групою «Метінвест» (далі – Група) активно готуються до будівництва киснево-конвертерного цеху на даному комбінаті. Цей проект вартістю 1,3 мільярда доларів був найбільшим в Україні з часів незалежності. Він має не тільки економічну, але й потужну екологічну складову. Це один з кроків Групи для поліпшення екологічної ситуації в Запоріжжі. Окрім того, новий сталеплавильний цех істотно зміцнить позиції запорізьких металургів на міжнародних ринках. І, що не менш важливо, в умовах жорсткої конкуренції киснево-конвертерний цех дозволить ще знизити собівартість продукції комбінату. Передбачається, що після реалізації цього проекту ПАТ «Запоріжсталь» увійде в ТОП-3 найефективніших виробництв сталі в світі.

Група "Метінвест" вже вклала у проектні роботи цеху понад 300 мільйонів гривень. До роботи залучені найкращі вітчизняні проєктанти – "УкрДіпромез" та "Енергосталь", а також провідні світові виробники – компанії "Пріметалз" та "СМС Сімаг" (Primetals, SMS Siemag).

Висновки. Таким чином, за результатами дослідження констатовано потребу подальшого вивчення питань сценарного планування інноваційного розвитку підприємств металургійної промисловості. Доведено, що своєчасне виявлення назрілих проблем, причин їх виникнення, а також визначення шляхів подолання значною мірою залежить від розуміння майбутнього, яке не можна інтерпретувати як звичайне продовження минулого, тому що це майбутнє набуватиме принципово інших форм і структур. Адаже виклики та загрози, що виникають у сучасному суспільстві, зумовлюють необхідність передбачення за універсальною методологією, відомою як сценарне планування. Дано авторське визначення поняття «сценарного планування» як комплексу робіт, що базуються на поєднанні експертних знань людей та потужних інструментів, алгоритмів і методів, що використовуються у певній послідовності з встановленням чітко визначених взаємозв'язків між ними з метою побудови сценаріїв можливого розвитку підприємств на середньостроковому і довгостроковому часових горизонтах.

Література

1. Згуровський М.З. Сценарний аналіз як системна методологія передбачення / М.З. Згуровський // Системні дослідження та інформаційні технології. – 2002. – № 1. – С. 7–38.
2. Згуровський М.З. Форсайт економіки України: середньостроковий (2015–2020 роки) і довгостроковий (2020–2030 роки) часові горизонти / М. З. Згуровський. – Київ : НТУУ «КПІ», 2015. – 136 с.
3. Згуровський М.З. Форсайт та побудова стратегії соціально-економічного розвитку України на середньостроковому (до 2020 року) і довгостроковому (до 2030 року) часових горизонтах / М. З. Згуровський. – Київ : НТУУ «КПІ», 2016. – 184 с.
4. Innovation Union Scoreboard (2015): European Commission // European Commission. URL: www.ec.europa.eu (17.08.2017).
5. Index of Economic Freedom (2016): Country Rankings // The Heritage Foundation. URL: www.heritage.org/index/ranking (29.08.2017).

References

1. Zgurovsky M.Z. (2002) "Script analysis as a system prediction methodology". System Research and Information Technologies. vol. 1, pp. 7-38.
2. Zgurovsky M.Z. (2016) "Foresight of Ukraine's economy: medium-term (2015-2020) and long-term (2020-2030) time horizons". Kiev. Ukraine, 136 p.
3. Zgurovsky M. (2016) "Foresight and the construction of the strategy of socio-economic development of Ukraine for the medium-term (until 2020) and long-term (until 2030) time horizons". Kiev. Ukraine, 184 p.
4. Innovation Union Scoreboard (2015) [Online], available at: <https://www.ec.europa.eu>. (Accessed 17 August 2017).
5. Country Rankings. 2016 Index of Economic Freedom. [Online], available at: <https://www.heritage.org/index/ranking> (Accessed 29 August 2017).

Рецензія/Peer review : 14.05.2018
Надрукована/Printed : 06.06.2018
Рецензент: д. е. н., проф. Ткаченко А. М.

СТРУКТУРНІ ЗМІНИ В ЕКОНОМІЦІ. ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНА ДІЯЛЬНІСТЬ

УДК 338.3

ГРИЦЕНКО С. І.

Національний авіаційний університет, м. Київ

**ФОРМУВАННЯ ПАРАДИГМИ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ
В КОНТЕКСТІ ТРАНСПОРТНО-ЛОГІСТИЧНИХ КЛАСТЕРІВ**

Розглянуто існуючі теоретичні підходи до ноосферної парадигми соціально-економічного розвитку в умовах глобалізації. Запропоновано модель компонентів ноосферної парадигми з використанням кластерного підходу в умовах глобалізації.

Ключові слова: парадигма, ноосферна економіка, транспортно-логістичні кластери, конкуренція, кооперація.

GRITSENKO S.

National Aviation University, Kyiv

**PARADIGM FORMATION OF SOCIO-ECONOMIC DEVELOPMENT IS IN
CONTEXT OF TRANSPORT-LOGISTIC CLUSTERS**

The purpose of the article is determination of the noospheric paradigm of development of transport-logistic clusters as base reality of human evolution, which is intended to achievement of the social goods and provision of humanity progress. Direction of economic development of transport-logistic clusters by taking into account planetary influence and interests of separate regional associations were distinguished. The main factors of forming of transport-logistic clusters were outlined. The expediency of taking into account of world accumulations of knowledge and national innovative systems which are promoting the formation of cluster associations in the form of transport-logistic clusters as a significant factor of providing of competitiveness of Ukraine was underlined. It is determined that in the transport-logistic system of cluster type a financial capital is examined as a financial service of material stream along with informative and service services. The model of components of the noospheric paradigm of development of transport-logistic clusters in the conditions of globalization is offered. A transport-logistic cluster as a voluntary association includes are transport enterprises, logistic mediators, representatives of organs of local-authority, research institutes, institutes of civil society. For the effective functioning of transport-logistic cluster needed: modern rolling stock, highly skilled labour resources, legislative base, coordinating-logistic center. The main systemically important an attribute, orientated on the stable progress in the future and based on the imperative of an intelligent human behaviour, is an increase of socioeconomic, ecological effectiveness of transportations of goods and passengers. The general intent of all participants, which united in a cluster, is welfare of people, preservation of the environment for future generations.

Keywords: paradigm, noospheric economy, transport-logistic clusters, competition, cooperation.

Постановка проблеми. Трансформація політичної та економічної влади в Україні відбувалася відповідно до ідеології неолібералізму, що призвело до формування олігархату, появи можливості захистити корисливі інтереси правлячого класу, соціальної нерівності, корупції, відсутності контролю над владою та ряду інших негативних наслідків ідеології неолібералізму, яка домінує у трансформаційних змінах як економіки, так і суспільства. Негативні наслідки проявилися в результаті трансформаційних змін, які, здавалося, відкрили «вікно можливостей» [1, с. 6].

Втілення ідеї вільного ринку як концепції неоліберальної економіки у світовому масштабі вийшло за рамки будь-якого державного впливу з нарощуванням могутності глобального фінансового капіталу, зростанням крупних транснаціональних монополій.

Ліберальне суспільство, де оголошується тільки матеріальна свобода індивіда, добробут і особиста вигода, позбавлене уявлень щодо моральної і соціальної відповідальності, поширення екологічно виважених методів господарювання скорочення рівня майнового розшарування.

Втрата державного регулювання викликає безперервне зростання спекулятивного капіталу, глобальну фінансову кризу, занепад культури і соціальної солідарності. Поширення у глобальному масштабі нинішніх кризових явищ дають підстави багатьом вченим, експертам для пошуку нової парадигми соціально-економічного розвитку.

З огляду на сучасні проблеми України в контексті світоглядних основ планетарного розвитку, приходиться усвідомлення того, що не можна розривати і протиставляти економіку і духовно-моральну сферу життя суспільства і людини. Як зазначав В.І. Вернадський в 1931 році, для якого характерна постановка проблем наукового стратегічного передбачення: «Емпіричні поняття різко відрізняються від звичайних понять, від понять філософії зокрема, тим, що вони в науці безперервно піддаються не лише логічному аналізу як слова, але і реальному аналізу досвідом і спостереженням як тіла реальності. ... вони одночасно піддаються впродовж поколінь, безперервно досвіду і спостереженню» [3]. В.І. Вернадський запропонував ідею системи планетарного розвитку про взаємодію суспільства з природою, визначивши поняття ноосфери як нового стану біосфери у зв'язку з розумною діяльністю людини – вирішальним чинником її розвитку; усе, створене людським розумом, на відміну від природного,

первозданного [4, с. 632]. Ноосферне бачення економічного розвитку як етап еволюції біосфери з державним регулюванням суспільних відносин в інтересах людства, суперечить неоліберальній доктрині ринкової економіки постіндустріального розвитку з його негативними наслідками глобальної кризи.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. На думку В. Оскольського і Г. Яцюка неможливо знайти новий шлях економічного розвитку в умовах глобалізації без врахування її планетарного впливу і соціокультурних особливостей національних держав та інтересів окремих регіональних спільнот на протидію інтересам крупного капіталу і суспільства споживання [2, с. 10].

Визначення певної парадигми це спрощена абстракція реальності зазначає Фредерік Лалу. Кожна парадигма включає в себе різні попередні парадигми і виходить за їх межі [5, с. 77]. Послідовні стадії людського та організаційного розвитку на певний період розгляду акумулюються разом у вигляді різних організаційних моделей на основі панівного світогляду та людської свідомості.

Войнаренко М.П. вважає, що слід зробити висновок про одночасне виникнення проблеми зміни парадигми управління конкурентоспроможністю національної економіки, яка полягає у формуванні нової економічної політики регіонів, заснованої на кластерних об'єднаннях [6, с. 43].

В умовах глобалізації посилюються конкуренція на ринках товарів і послуг, а тому потрібні нові форми галузевої взаємодії, які посилять позиції кожного окремого підприємства. Основоположник кластерної теорії М. Портер здійснює акцент на тому, що кластери краще, ніж галузі, використовують важливі зв'язки, взаємодоповнюваність галузей, поширення технології, досвіду, інформації, маркетинг, а також усвідомлення потреб споживача, що пронизує фірми і галузі [7, с.265].

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. В теперішній час знову з'явився загальносвітовий запит на нову парадигму соціально-економічного розвитку з використанням кластерного підходу, де домінуючою силою постає розум людини, про що наполегливо наголошував в минулому столітті В.І. Вернадський.

Формулювання цілей статті. Визначення ноосферної парадигми розвитку транспортно-логістичних кластерів як базової дійсності людської еволюції, яка спрямована на досягнення соціального блага і забезпечення прогресу людства.

Вклад основного матеріалу дослідження. В ноосферній парадигмі представлені компоненти розвитку транспортно-логістичних кластерів в умовах глобалізації. В глобальному просторі людської цивілізації людський розум повинен навчитись розумно управляти своїм власним творінням – багатством, наслідками якого є «суспільство масового споживання» з антагоністичним протиріччям власного руйнування духовно-моральної сфери відтворення життя заради єдності людей.

Відмітними особливостями ноосферної економіки є зростання наукомісткості ВВП і безперервність освіти як пріоритетні потреби людини, на основі постійного освоєння нових планетарних знань. Світові накопичення знань і національні інноваційні системи сприяють формуванню кластерних об'єднань у вигляді транспортно-логістичних кластерів як вагомого фактору забезпечення конкурентоспроможності України, яка має значний транзитний потенціал.

Світова практика показує, що успішніше розвиваються регіони, на території яких сформовані і функціонують кластери. Об'єднання підприємств у формі кластерів базуються на територіальній локалізації підприємств певної галузі, які характеризуються спільністю діяльності і взаємодоповнюють один одного. Крім того, встановлена залежність між наявністю кластерів і рівнем життя населення: чим більше рівень кластеризації, тим вище рівень життя населення. Це засновано на узгодженні одночасно і економічних, і соціальних цілей. Реалізувати цю ідею можна тільки зосередивши увагу на нововведеннях і конкуренції, працюючи при цьому на ринок, а не проти нього. Соціальні програми повинні передбачити підготовку фахівців для успішної практичної роботи безпосередньо в системі ринку, але ні в якому разі не окремо від неї. Зусилля, спрямовані на вирішення таких соціальних питань, як забруднення довкілля і висока вартість медичного обслуговування повинні спиратися на реформи і конкуренцію, а не перекладати тягар витрат на інші соціальні групи [7, с. 34].

З переходом до кластеризації істотно підвищується роль регіональних і місцевих органів влади, що пов'язано зі значним впливом традицій, історичних і культурних властивостей регіонального середовища. Це визначає можливість впливу регіональної влади і активізацію інтеграційних процесів в економіці на мезорівні.

Розгляд визначення поняття «транспортно-логістичні кластери» в проекті розпорядження Кабінету Міністрів України «Про схвалення Концепції створення кластерів в Україні» від 29.08.2008 р. засвідчує, що це один із видів кластерів, які включають в себе комплекс інфраструктури і компаній, які спеціалізуються на зберіганні, супроводженні і доставці вантажів та операторів. Зазначено, що такий кластер може включати також організації, які обслуговують об'єкти портової інфраструктури; компанії, які спеціалізуються на морських, річних, наземних, повітряних перевезеннях; логістичні комплекси та інші. Транспортно-логістичні кластери розвиваються в регіонах, які мають значний транзитний потенціал [8]. На жаль, цей документ поки що не дістав схвалення Верховної Ради України, проте поклав початок процесу формування інституціонального середовища для реалізації кластерної моделі розвитку економіки України.

На нашу думку, транспортно-логістичні кластери – природно взаємозв'язані і взаємозалежні ланки логістичної системи з ключовим статусом транспортного посередника, що здійснює міжорганізаційну координацію та забезпечує синергетичний ефект [9, с. 52].

Основними чинниками формування транспортно-логістичних кластерів є:

1. Наявність конкурентоздатних підприємств транспорту (високий рівень продуктивності праці, прибутковості, вартості корпоративних прав, кваліфікації кадрів, новий рухомий склад, здійснення міжнародних перевезень, застосування нових інформаційних технологій).

2. Конкурентоспроможність регіону, де розміщений кластер (вигідне географічне положення, зокрема, наявність міжнародних транспортних коридорів, наявність учбових закладів для підготовки високопрофесійних кадрів організацій, які займаються комплексним дослідженням ринку, високий рівень залучення іноземних інвестицій).

3. Територіальна локалізація. Основні учасники кластера розміщені територіально на незначній відстані, критерієм чого може служити високий рівень спеціалізації регіону.

4. Велика чисельність підприємств.

5. Активна взаємодія і взаємозв'язки між учасниками кластера. Ця співпраця можлива між головною компанією і постачальниками, транспортними підприємствами, учбовими закладами, науково-дослідними установами.

Якість транспортного обслуговування залежить від правильності підбору рухомого складу, чим займається координаційно-логістичний центр кластера. Крім того, цей центр виконує прогнозування, управління, збір і обробку замовлень, інформаційне забезпечення. За рахунок цього скорочується час простоїв під завантаженням, порожній пробіг, забезпечується надійність перевезень, страхування.

Одним із шляхів побудови нової економіки на рівні міждержавної координації, взаємодії, кооперації, об'єднань виробничих, транспортних, інституційних, фінансових та наукових організацій слід визнати транспортно-логістичні кластери. Нова економіка – це не лише належним чином урегульовані та прогнозовані ринкові відносини, а переплетіння ринку, державного регулювання та соціальної стабільності [10, с. 28]. Транспортно-логістичні кластери, як шляхи поєднання регіональних економік держав, при наданні їм міждержавного статусу, змогли б покращити ситуацію у формуванні нової економічної політики регіонів світу, розумних критеріїв економічної поведінки і споживання у єдиній світогосподарській системі.

Кластерні утворення виникають не по волі конкретного законодавця. Вони те, що є насправді [11, с. 356]. На практиці в єдиній світогосподарській системі панує фінансовий капітал, який може стати складовою активністю кластерних утворень. В транспортно-логістичній системі кластерного типу фінансовий капітал розглядається як фінансове забезпечення матеріального потоку наряду з інформаційним і сервісним обслуговуванням. Це цілеспрямований рух фінансових ресурсів, циркулюючих в логістичній системі між логістичною системою і зовнішнім середовищем, що постійно змінюється. Зміна ролі фінансової олігархії в господарському житті вимагає нетрадиційних концептуальних підходів до дослідження і логістичних фінансових потоків. Управління фінансовими потоками сприяє прискоренню обігу капіталу, відкривається можливість створення додаткових ресурсів, які можуть інвестуватися в розвиток і інновації, а також перевірки оптимальності схем руху економічних потоків. Фінансовий капітал, як елемент системи кластерних утворень в подальшому не буде залишатись постійною загрозою потрясіння глобального і регіонального ринків.

У кластерних утвореннях наочніше представлена єдність в множині, що відповідає розумінню ноосферної економіки. Пошук близькості різномірних структур може стати способом поєднання зовні непом'якшеного (економічного і неекономічного, економічного і морального і т. п.) [11, с. 357]. Це сфера людської діяльності, що формується на основі синтезу ідей відкритої, конкурентної, моральної і розумної організації господарювання відповідно до закономірностей біосферного розвитку та ідей державного регулювання суспільних відносин.

Як у логістичних мережах між різномірними комплексами активностей, так і в регіональних кластерах спостерігається комбінація конкуренції і кооперації таким чином, що об'єднання в одних сферах допомагають успішно проводити конкурентну боротьбу в інших [6, с. 49; 11, с. 357]. Для України це є ідеальним способом розвитку економіки і підтримки її на належному рівні в системі світових відносин.

Створення кластерів сприятиме росту продуктивності та інноваційної активності підприємств, які входять до складу кластера, а також підвищенню інтенсивності розвитку малого і середнього підприємництва, активізації залучення інвестицій, забезпеченню прискореного соціально-економічного розвитку регіонів розміщення кластерів, що в кінцевому результаті дозволить збільшити кількість робочих місць, заробітну плату, та надходження до бюджетів усіх рівнів, підвищити стійкість та конкурентоспроможність економіки регіонів [8].

Для вирішення проблеми прозорості, відкритості, збереження даних в системі транспортно-логістичних кластерів може бути використана блокчейн-технологія. Блокчейн — децентралізована загальнодоступна база даних, що підтримується та керується мережею комп'ютерів по всьому світі, що беруть у цьому участь. Центрального сервера, який можна було б зламати, не існує. Блокчейн — публічний і дуже надійний одночасно, оскільки використовує зашифровані дані, що дозволяє сторонам створювати блоки інформації, які пов'язані з попереднім блоком за допомогою геш-ключа, що унеможливує підміну вже внесеної до блокчейну інформації «заднім числом» [12, с. 16, 19]. Блокчейн, у першу чергу, має бути цікавий державі. Якщо на законодавчому рівні зобов'язати використовувати блокчейн для обліку операцій з доставки, це збереже тисячі тонн деревини за рахунок переходу на електронний документообіг;

унеможеливить маніпуляцію даними; зобов'яже всіх учасників ринку вносити дані в єдиний блокчейн; спростить сплату податків; допоможе краще рахувати статистичні дані; зменшить корупційний складник. Основні обмеження розвитку блокчейну в Україні — це відсутність стандартизації даної технології, відносно повільна швидкість оброблення транзакцій.

Висновки з даного дослідження і перспективи подальших досліджень у даному напрямку. Запропонована модель компонентів ноосферної парадигми в контексті транспортно-логістичних кластерів є одним з найбільш ефективних інструментів формування і розвитку конкурентоспроможності і сталого економічного зростання регіону, держави.

Транспортно-логістичний кластер як добровільне об'єднання включає транспортні підприємства, логістичних посередників, представників органів місцевої влади, науково-дослідні інститути, громадські об'єднання економістів як інститути громадянського суспільства для формування відповідної політики підтримки переходу до ноосферної економіки і забезпечення консенсусного узгодження інтересів всіх соціальних груп, у процесі ефективного функціонування якого потрібні сучасний рухомий склад, висококваліфіковані трудові ресурси, законодавча база, координаційно-логістичний центр. Основною системоутворюючою ознакою, зорієнтованою на стабільний прогрес у майбутньому і заснованою на імперативі розумної поведінки людини, є підвищення соціально-економічної, екологічної ефективності перевезень вантажів і пасажирів, оскільки усі учасники об'єдналися в кластер для досягнення спільної мети – добробуту людей, збереження довкілля для прийдешніх поколінь.

Література

1. Геєць В.М. Ендогенізація розвитку економіки у вимірі рівноправності відносин держави, бізнесу та суб'єктів голосування / В.М. Геєць // Економіка України. – 2018. – № 7. – С. 3–19.
2. Оскольський В.В. Громадські об'єднання економістів як інститут формування ноосферної парадигми соціально-економічного розвитку в умовах глобалізації / В.В. Оскольський, Г.В. Яцюк // Громадянське суспільство і формування нової парадигми соціально-економічного розвитку в умовах глобалізації : матеріали Х Пленуму Правління Спілки економістів України та Міжнародної науково-практичної конференції. – К. : Видавництво «АВД Плюс», 2015. – С. 3–29.
3. Вернадский В.И. Проблема времени в современной науке [Электронный ресурс] / В.И. Вернадский // Око планеты. Наука и техника. – 2.10.2010. – Режим доступа : <https://oko-planet.su/science/sciencehypothesis/49671-vi-vernadskij-problema-vremeni-v-sovremennoj.html>
4. Ожегов С.И. Толковый словарь русского языка / С.И. Ожегов. – М. : «Издательство Оникс»: ООО «Издательство «Мир и образование», 2009. – 1360 с.
5. Лалу Ф. Компанії майбутнього / Ф. Лалу. – Харків : Книжковий Клуб «Клуб Сімейного Дозвілля», 2017. – 543 с.
6. Войнаренко М.П. Роль кластеризації в стратегіях інституційного розвитку соціально-економічних систем за умов глобалізації / М.П. Войнаренко // Громадянське суспільство і формування нової парадигми соціально-економічного розвитку в умовах глобалізації : матеріали Х Пленуму Правління Спілки економістів України та Міжнародної науково-практичної конференції. – К. : Видавництво «АВД Плюс», 2015. – С. 42–54.
7. Портер М. Конкуренция / М. Портер. – М. : Издательский дом «Вильямс», 2005. – 608 с.
8. Про схвалення Концепції створення кластерів в Україні : проект розпорядження Кабінету Міністрів України від 29.08.2008 р. [Електронний ресурс] / Департамент інвестиційної та інноваційної діяльності. – Режим доступу : http://www.me.gov.ua/control/uk/publish/printable_article?art_id=121164
9. Гриценко С.И. Транспортно-логистические кластеры в Украине: пути становления и развития / С.И. Гриценко ; науч. ред. В.В. Щербаков. – СПб : Изд-во СПбГУЭФ, 2009. – 218 с. – (Серия «Логистические инновации в коммерции»).
10. Оскольський В.В. Кластеризація – вагомий фактор підвищення конкурентоспроможності економіки України / В.В. Оскольський // Кластеризація – вагомий фактор підвищення конкурентоспроможності економіки України : матеріали ІХ Пленуму Правління Спілки економістів України та Міжнародної науково-практичної конференції. – К. : ПП фірма «Серж», 2014. – С. 3–29.
11. Афанасенко И.Д. Экономическая логистика : учебник для вузов. Стандарт третьего поколения. / И.Д. Афанасенко, В.В. Борисова. – СПб : Питер, 2013. – 432 с.
12. Возняк С. Основна перевага блокчейну – у підтвердженні права власності / С. Возняк // Логистика: проблемы и решения. – 2018. – № 3. – С. 16–19.

References

1. Heiets V.M. Endogenizatsiia rozvytku ekonomiky u vymiri ravnopravnosti vidnosyn derzhavy, biznesu ta subiektiv holosuvannia / V.M. Heiets // Ekonomika Ukrainy. – 2018. – № 7. – С. 3–19.
2. Oskolskyi V.V. Hromadski obiednannia ekonomistiv yak instytut formuvannia noosfernoi paradyhmy sotsialno-ekonomichnoho rozvytku v umovakh hlobalizatsii / V.V. Oskolskyi, H.V. Yatsiuk // Hromadianske suspilstvo i formuvannia novoї paradyhmy sotsialno-ekonomichnoho rozvytku v umovakh hlobalizatsii : materialy X Plenumu Pravlinnia Spilky ekonomistiv Ukrainy ta Mizhnarodnoi naukovopraktychnoi konferentsii. – K. : Vydavnytstvo «AVD Plus», 2015. – С. 3–29.
3. Vernadskiy V.I. Problema vremeni v sovremennoy nauke [Elektronnyiy resurs] / V.I. Vernadskiy // Oко планеты. Nauka i tehnika. – 2.10.2010. – Rejim dostupa : <https://oko-planet.su/science/sciencehypothesis/49671-vi-vernadskij-problema-vremeni-v-sovremennoj.html>

4. Ojegov S.I. Tolkovyyi slovar russkogo yazyka / S.I. Ojegov. – M. : «Izdatelstvo Oniks»: ООО «Izdatelstvo «Mir i obrazovanie», 2009. – 1360 s.
5. Lalu F. Kompanii maibutnoho / F. Lalu. – Kharkiv : Knyzhkovyi Klub «Klub Simeinoho Dozvillia», 2017. – 543 s.
6. Voinarenko M.P. Rol klasterizatsii v stratehiicheskiih instyutysiinoho rozvytku sotsialno-ekonomichnykh system za umov hlobalizatsii / M.P. Voinarenko // Hromadianske suspilstvo i formuvannia novoi paradyhmy sotsialno-ekonomichnoho rozvytku v umovakh hlobalizatsii : materialy X Plenumu Pravlinnia Spilky ekonomistiv Ukrainy ta Mizhnarodnoi naukovo-praktychnoi konferentsii. – K. : Vydavnytstvo «AVD Plius», 2015. – S. 42–54.
7. Porter M. Konkurentsya / M. Porter. – M. : Yzdatelskyi dom «Vyliams», 2005. – 608 s.
8. Pro skhvalennia Kontseptsii stvorennia klasteriv v Ukraini : proekt rozporiadzhennia Kabinetu Ministriv Ukrainy vid 29.08.2008 r. [Elektronnyi resurs] / Departament investytsiinoi ta innovatsiinoi diialnosti. – Rezhym dostupu : http://www.me.gov.ua/control/uk/publish/printable_article?art_id=121164
9. Gritsenko S.I. Transportno-logisticheskie klasteriy v Ukraine: puti stanovleniya i razvitiya / S.I. Gritsenko ; nauch. red. V.V. SCherbakov. – SPb : Izd-vo SPbGUEF, 2009. – 218 s. – (Seriya «Logisticheskie innovatsii v kommersii»).
10. Oskolskyi V.V. Klasterizatsiia – vahomyi faktor pidvyshchennia konkurentospromozhnosti ekonomiky Ukrainy / V.V. Oskolskyi // Klasterizatsiia – vahomyi faktor pidvyshchennia konkurentospromozhnosti ekonomiky Ukrainy : materialy IX Plenumu Pravlinnia Spilky ekonomistiv Ukrainy ta Mizhnarodnoi naukovo-praktychnoi konferentsii. – K. : PP firma «Serzh», 2014. – S. 3–29.
11. Afanasenko Y.D. Ekonomycheskaia lohystyka : uchebnyk dlia vuzov. Standart treteho pokoleniia. / Y.D. Afanasenko, V.V. Borysova. – SPb : Pyter, 2013. – 432 s.
12. Vozniak S. Osnovna perevaha blokcheinu – u pidtverdzhenni prava vlasnosti / S. Vozniak // Lohystyka: problemy u resheniya. – 2018. – № 3. – S. 16–19.

Рецензія/Peer review : 11.05.2018

Надрукована/Printed : 04.06.2018

Рецензент: д. е. н., проф. Орлов О. О.

УДК 330.3:631.1

ГУТОРОВ А. О.

ННЦ «Інститут аграрної економіки», м. Київ

ІННОВАЦІЙНИЙ ПОТЕНЦІАЛ РОЗВИТКУ АГРАРНОГО СЕКТОРА ЕКОНОМІКИ

Досліджено сутність інновацій та інноваційного потенціалу розвитку аграрного сектора економіки. Визначено механізм формування та реалізації інноваційного потенціалу аграрного сектора економіки. Оцінено стан та проаналізовано динаміку змін і трансформації інноваційного потенціалу аграрного сектора економіки України. Встановлено причинно-наслідковий зв'язок у розвитку інноваційного потенціалу аграрного сектора економіки. Показано рівень розвитку науково-дослідної бази Національної академії аграрних наук України, конкурентність окремих елементів інноваційного потенціалу.

Ключові слова: інновації, інноваційний потенціал, аграрний сектор економіки, інноваційний розвиток.

HUTOROV A.

NSC "Institute of Agrarian Economics", Kyiv

INNOVATIVE POTENTIAL OF DEVELOPMENT OF THE AGRARIAN SECTOR OF THE ECONOMY OF UKRAINE

The goal of the research is to analyze an innovative potential of development of the agrarian sector of the economy of Ukraine. An essence of innovations and innovative potential of development of the agrarian sector of the economy is studied. The mechanism of formation and realization of innovative potential of the agrarian sector of the economy is defined. Condition and dynamics of changes and transformations of innovative potential of the agrarian sector of the economy of Ukraine are estimated and analyzed. Cause-effect relationships in development of innovative capacity of the agrarian sector of the economy are established. The level of development of research base of the National academy of agrarian sciences of Ukraine, competition of separate elements of innovative potential are shown. We have defined that for realization of innovative model of development of the agrarian sector of the economy it are necessary to carry out transition to neoindustrialization on the basis of integration of extended reproduction, to transform an institutional environment of support for innovative business and transfer of innovations, having provided continuity of the chain "science – production – science" and interest of employees of scientific and educational institutions in the end results of labor, and domestic agricultural producers – in introduction of innovative products of national producers.

Keywords: innovations, innovative potential, agrarian sector of economy, innovative development.

Постановка проблеми. Аграрний сектор економіки є одним зі стратегічних сегментів національного господарства, від рівня розвитку якого залежать продовольча безпека країни, значна частина доходів державного бюджету, збереження села тощо. Для дальшого розвитку аграрного сектора економіки необхідні якісні системні трансформації, які, як показує досвід найбільш розвинених країн світу, мають базуватися винятково на інноваційному потенціалі економічного зростання. Технологічне оновлення та інноваційний розвиток агропромислового виробництва в Україні є одним зі стратегічних напрямів інноваційної діяльності на 2011–2021 роки, що визначені в Законі України «Про пріоритетні напрями інноваційної діяльності в Україні» від 08.09.2011 р. № 3715-VI. Отже, потреба розроблення стратегії інноваційного розвитку агропромислового виробництва в Україні, гарантування умов для її ефективної реалізації у коротко- і довгостроковому періодах актуалізує дослідження відповідної вихідної передумови – формування інноваційного потенціалу аграрного сектора економіки.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженню проблем формування й реалізації інноваційного потенціалу розвитку аграрного сектора економіки присвятили свої праці О. Витвицька, С. Володін, Я. Гадзало, В. Геєць, М. Гладій, О. Дачій, В. Залізко, М. Коденська, Л. Курило, М. Лобас, Ю. Лупенко, М. Малік, К. Прокопенко, П. Руснак, В. Россоха, П. Саблук, В. Ситник, С. Тивончук, В. Тимчук, О. Шпикуляк, О. Шубравська та інші вчені. Аналіз наукових праць показав, що, незважаючи на певні позитивні зрушення і якісні аграрні перетворення, аграрний сектор національної економіки розвивається не за інноваційною моделлю, а інноваційні процеси характеризуються несистемністю й деформацією процесних фаз. У теоретичному плані спостерігаємо часткове спотворення змісту інноваційного потенціалу галузі, тлумачення його як різновид ресурсного потенціалу, агрегований економічний потенціал сільгосптоваровиробників, або як синонім науково-технічного потенціалу. Це, своєю чергою, призводить до некоректних оцінок величини інноваційного потенціалу аграрного сектора економіки, що впливає на ухвалення обґрунтованих управлінських рішень. Отже, проблеми економічного змісту, оцінювання розміру та динаміки інноваційного потенціалу розвитку аграрного сектора економіки не є повною мірою розв'язаними і потребують подальших наукових пошуків.

Постановка завдання. Метою статті є аналіз інноваційного потенціалу розвитку аграрного сектора економіки України.

Виклад основного матеріалу. Нині можна стверджувати, що основи теорії і практики інноваційного (у сучасному розумінні цього слова) розвитку аграрного сектора економіки почали формуватися ще з

прадавніх часів із виникненням економіки як науки про ведення домогосподарства. У той час фахівці помітили, що ефективніші господарства досягають своїх переваг здебільшого за рахунок певних новацій: нижчих виробничих витрат, спричинених ліпшою технологією, більш продуктивною худобою, успішнішим збутом продукції тощо. Згодом, досліджуючи вплив машинного виробництва на собівартість і ціну товарів, Д. Рікардо дійшов висновку, що, за певних умов і масштабів виробництва, заміна ручної праці машинною стає вигідною; ціна на сільгосппродукцію знижується і це призводить до появи додаткового прибутку у землевласників за рахунок економії частини ренти [1, с. 318]. З іншого боку, винахідник машини або той, хто її вперше використав, матиме додаткову вигоду, тому що протягом певного періоду часу отримуватиме більший прибуток [1, с. 319]. Отже, машину, як новий засіб виробництва, розглядали як інновацію в економічному сенсі. Основоположником же інноваційної теорії вважають австрійського економіста Й. Шумпетера. На його думку, економічний розвиток визначають «нові комбінації» ресурсів, продуктивних сил і способів виробництва та збуту [2, с. 75], які згодом учений назвав інноваціями. До таких нововведень Й. Шумпетер відносив: запровадження нового товару або нової якості товару, що не знайомі більшості споживачів; запровадження нового методу виробництва або нового способу комерційного поводження з товаром; відкриття нового ринку збуту, на який ще не виходила галузь національного господарства; відкриття нового джерела постачання сировини чи напівфабрикатів; реорганізація галузі, способу управління нею, її монополізація чи демонаполізація [2, с. 75]. Відповідно до Закону України «Про інноваційну діяльність» від 04.07.2002 р. № 40-IV під інновацією розуміють новостворені (застосовані) і/або вдосконалені конкурентоздатні технології, продукцію або послуги, а також організаційно-технічні рішення виробничого, адміністративного, комерційного або іншого характеру, що істотно поліпшують структуру та якість виробництва і/або соціальної сфери [3]. Інноваціям передують новації або інноваційні продукти – результати науково-дослідної і/або дослідно-конструкторської розробки, а її похідними є нововведення чи інноваційна продукція – нові конкурентоздатні товари або послуги.

Незважаючи на точність змісту дефініції «інновація», інноваційний потенціал визначено неоднозначно. Так, сутність інноваційного потенціалу на мікрорівні частіше за все розкривають через сукупність виробничих, наукових, фінансових, маркетингових, кадрових, організаційних ресурсів і можливостей, що забезпечують готовність і здатність підприємства здійснювати інноваційну діяльність при постійному удосконаленні системи управління нею з урахуванням чинників нестабільності ринкового середовища [4, с. 73]. На думку І. Гріщенко та О. Денисюк, інноваційний потенціал складається з ресурсного, кадрового, інтелектуального, управлінського, виробничого, інформаційного і комунікаційного потенціалів [5, с. 149]. Дещо подібною є структура інноваційного потенціалу, яку визначила А. Дзюбіна: науковий, виробничо-технологічний, фінансовий, інформаційний, матеріально-технічний, кадровий і маркетинговий [6, с. 74]. Учені Т. Зубко і В. Андреева загалом поділяють думку П. Іванцова, що інноваційний потенціал підприємства являє собою наявні приховані можливості залучення та використання ресурсів, спрямованих на прийняття, впровадження нововведень, які можуть бути залучені для досягнення цілей економічних суб'єктів [7, с. 75], а також дійшли висновку, що він складається з маркетингового, інформаційного, матеріально-технічного, кадрового і фінансового потенціалів [7, с. 76]. Інноваційний потенціал сільськогосподарського підприємства С. Сирцева взагалі ототожнює з ресурсним потенціалом, виокремлюючи його земельний, трудовий, матеріально-технічний, фінансовий та інформаційний складники [8, с. 116]. З огляду на сутність, структуру і типологію потенціалу, ми не поділяємо думку вище названих авторів щодо змісту і структури інноваційного потенціалу підприємства. Причинами цього є методологічні відмінності в об'єктному і суб'єктному складі потенціалу, а також невідповідність зазначених дефініцій сутності інновацій. Так, за об'єктами виділяють виробничий, інноваційний і фінансовий потенціали; за суб'єктами – науково-технічний, управлінський, маркетинговий, логістичний і потенціал організаційної структури управління [9, с. 15]. Спільні суб'єктно-об'єктні риси мають трудовий, інформаційний і інфраструктурний потенціали підприємства. Зважаючи на це, найбільш коректним вважаємо визначення інноваційного потенціалу підприємства, яке дали О. Федонін, І. Рєпіна і О. Олексюк: сукупні можливості підприємства щодо генерації, сприйняття та впровадження нових (радикальних і модифікованих) ідей для його системного технічного, організаційного та управлінського оновлення [9, с. 14].

До вересня 2011 р. категорія «інноваційний потенціал» була детермінована у нормативно-правовому полі України як сукупність науково-технологічних, фінансово-економічних, виробничих, соціальних та культурно-освітніх можливостей країни (галузі, регіону, підприємства тощо), необхідних для забезпечення інноваційного розвитку економіки, але потім зникла з втратою чинності Закону України «Про пріоритетні напрями інноваційної діяльності в Україні» від 16.01.2003 р. № 433-IV [10]. На думку К. Москалюк, інноваційний потенціал аграрної сфери охоплює науково-технологічний, маркетинговий, інформаційний, інтелектуальний, інвестиційний, екологічний потенціали та фінансове забезпечення інноваційного розвитку [11, с. 421]. До того ж ступінь інноваційності національної економіки, вчені ННЦ «Інститут аграрної економіки» визначили наявністю критичної маси сучасних нагромаджених знань і потенційного рівня розвитку науково-дослідних і дослідно-конструкторських робіт від виявлення, обґрунтування ідей та до їх комерційної реалізації [12, с. 30]. Водночас ми поділяємо думку С. Володіна і О. Чекамової, які визначили інноваційний потенціал як наявність та готовність до використання системи засобів і ресурсів для досягнення цілей інноваційної діяльності [13, с. 65].

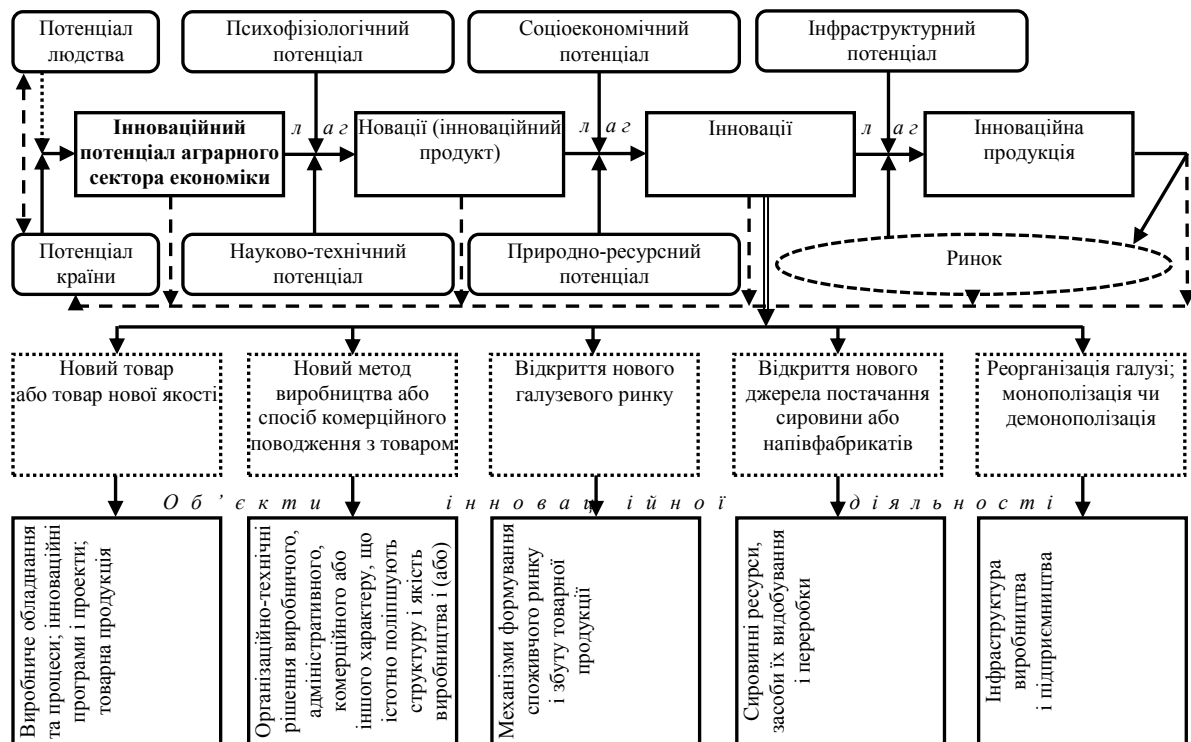


Рис. 1. Механізм формування та реалізації іноваційного потенціалу аграрного сектора економіки

Примітки. Види іновацій наведено згідно з класифікацією Й. Шумпетера [2, с. 75]. Об'єкти іноваційної діяльності надано відповідно до ст. 4 Закону України «Про іноваційну діяльність» від 04.07.2002 р. № 40-IV [3].

Джерело: розробив автор.

До того ж, у такій редакції поняття іноваційного потенціалу можна застосувати на всіх рівнях ієрархії економічної системи: світовому (мегарівень), національній економіці (макрорівень), галузі чи регіону (мезорівень), економічного агента (мікрорівень), економічного блага (нанорівень).

Ураховуючи економічний зміст іноваційного потенціалу, його місце в системі економічного потенціалу національного господарства, а також взаємозв'язок з іноваційною діяльністю, ми розробили механізм формування та реалізації іноваційного потенціалу аграрного сектора економіки (рис. 1).

Як показують дані Державної служби статистики України, темпи науково-дослідної діяльності в 2005–2016 рр. істотно знизилися. Так, у 2005 р. від національних заявників надійшло 3170 заявок на патенти на винаходи, 7493 – на патенти на корисні моделі, 1750 – на патенти на промислові зразки, 13184 – на знаки для товарів і послуг. Із загальної кількості заявок 84,9 % подали юридичні особи. До 2016 р. кількість заявок на видачу правоохоронних документів на об'єкти права інтелектуальної власності від національних заявників збільшилась на 55,4 % за рахунок дворазового зростання кількості заявок на знаки для товарів і послуг. Частка юридичних осіб до того ж зросла на 4,6 відсоткового пункту. У середньому за 2014–2016 рр. частка виданих патентів на винаходи юридичних осіб становила 84,2 % заявок, патентів на корисні моделі – 96,9 %, патентів на промислові зразки – 100,0 %, знаків для товарів і послуг – 50,7 % (табл. 1).

Серед іноваційно-активних юридичних осіб найбільшу частку займали заклади освіти, які за результатами патентно-ліцензійної роботи (за кількістю отриманих патентів на винаходи і корисні моделі) в 2005–2016 рр. у 2,3 разу перевищували наукові установи, що негативно характеризує стан та динаміку трансформацій іноваційного потенціалу вітчизняної наукової сфери.

У сфері наукового забезпечення агропромислового виробництва основну роль відіграє Національна академія аграрних наук України (далі – НААН). Відповідно до ст. 6 статуту НААН (у редакції 2016 р.) до основних завдань НААН належать: здійснення фундаментальних наукових досліджень, організація, проведення і координація прикладних наукових досліджень, розроблення нових та удосконалення існуючих форм, методів і способів проведення наукової роботи, підвищення престижності наукової діяльності, підготовка наукових кадрів та підвищення їх кваліфікації, надання інформаційних послуг суб'єктам агропромислового виробництва, виробництво елітного насіння та насіння вищих репродукцій, садивного матеріалу сільськогосподарських культур, племінної продукції, визначення пріоритетних напрямів розвитку аграрного сектора економіки тощо.

У 2017 р. до складу НААН входили 10 національних наукових центрів, 30 інститутів, 10 дослідних станцій, один біосферний заповідник, 150 державних підприємств дослідних господарств, 10 інших організацій [17, с. 3]. Фундаментальні і прикладні дослідження проводили 3749 наукових працівників, з яких 9,9 % – доктори наук, 41,4 % – кандидати наук.

Таблиця 1

Діяльність юридичних осіб України у сфері інтелектуальної власності в 2005–2016 рр.

Показник	2005 р.	2010 р.	2013 р.	2015 р. ¹⁾	2016 р. ¹⁾
<i>Патенти на винаходи</i>					
Надійшло заявок	1814	1363	1595	1128	1207
Видано патентів	1429	1194	1156	1065	823
у т. ч. – сільське господарство, лісове господарство та рибне господарство	7	0	1	0	0
– виробництво харчових продуктів, напоїв і тютюнових виробів	11	5	4	3	0
– наукові дослідження та розробки	577	438	372	282	202
– освіта	348	614	665	683	542
<i>Патенти на корисні моделі</i>					
Надійшло заявок	4979	6778	5969	5295	6323
Видано патентів	4956	6102	6310	5251	6025
у т. ч.					
– сільське господарство, лісове господарство та рибне господарство	18	2	1	11	16
– виробництво харчових продуктів, напоїв і тютюнових виробів	52	30	11	29	14
– наукові дослідження та розробки	1090	1339	1363	1241	1945
– освіта	2610	4091	4253	3376	3456
<i>Патенти на промислові зразки</i>					
Надійшло заявок	1750	1442	3191	1811	2016
Видано патентів	1423	1258	1682	1957	2134
<i>Знаки для товарів і послуг</i>					
Надійшло заявок	13184	16711	19769	21245	26064
Зареєстровано знаків	9418	13058	11249	9539	11007

*Примітка.*¹⁾ Без урахування тимчасово окупованої території та зони проведення антитерористичної операції.

Джерело: склав автор за даними Держстату України [14–16].

Унаслідок проведених досліджень за рахунок коштів державного бюджету наукові працівники мережі НААН у 2011–2015 рр. створили 10135 видів науково-технічної продукції, 48,6 % яких є результатами фундаментальних досліджень, 51,4 % – прикладних досліджень (табл. 2).

Таблиця 2

Результати фундаментальних і прикладних досліджень наукових установ Національної академії аграрних наук України, проведених за рахунок коштів державного бюджету в 2011–2017 рр.

Види науково-технічної продукції	Кількість створеної науково-технічної продукції, од.			
	2011–2015 рр.	2014 р.	2015 р.	2017 р.
Бази даних	572	200	147	292
Вакцини, діагностикуми, лікувально-профілактичні препарати	120	5	34	12
Засоби захисту рослин	32	6	16	15
Лінії сільськогосподарських рослин	1479	402	300	1688
Математичні моделі	68	81	25	23
Методики, методи	823	251	315	139
Нова техніка (машини, обладнання, натурний зразок)	274	38	105	32
Нові матеріали	48	3	27	16
Породи і типи тварин, стада	6	3	3	1
Сорти і гібриди рослин	1005	198	296	143
Способи	489	111	126	129
Теорії, стратегії, концепції	298	72	98	80
Технології виготовлення засобів захисту тварин	75	22	18	3
Технології, технологічні прийоми	1072	228	329	146
Інше	3774	475	1259	743
Усього	10135	2095	3098	3462
у т. ч. отримані в результаті проведення:				
– фундаментальних досліджень	4922	988	1538	2482
– прикладних досліджень	5213	1107	1560	980

Джерело: склав і розрахував автор за даними річних звітів НААН.

Протягом 2014–2017 рр. загальна кількість новоствореної науково-технічної продукції збільшувалася у середньому на 28,5 % на рік. При цьому випереджальними темпами зростала результативність фундаментальних досліджень (на 58,5 % на рік), що вказує на нарощення інноваційного потенціалу аграрного сектора економіки. У 2017 р., порівняно з останніми 10 роками, вчені створили рекордну кількість ліній сільськогосподарських рослин (на 14,1 % більше, ніж сумарно за 2011–2015 рр.). У структурі науково-технічної продукції значну частку займали новітні бази даних, методи, методики, способи виробництва, технології й технологічні прийоми, сорти і гібриди рослин тощо.

Незважаючи на зростання результативності фундаментальних і прикладних досліджень НААН, кількість об'єктів права інтелектуальної власності в 1996–2017 рр. має тенденцію до зниження, яка стала особливо помітною, починаючи з 2007 р. (табл. 3). У 2017 р. на реєстрацію об'єктів права інтелектуальної власності наукові установи НААН подали 432 заявки, що на 20,7 % менше, ніж у 2015 р., і на 35,4 % – порівняно з 2007 р. Із числа поданих заявок 52,8 % становили об'єкти промислової власності, 37,3 % – нові сорти, гібриди рослин, лінії та батьківські компоненти, передані на сортовипробування до Українського інституту експертизи сортів рослин, 9,9 % – об'єкти авторського права та суміжних прав. Частка виданих правоохоронних документів на об'єкти права інтелектуальної власності НААН у 2015 р. становила 2,8 %, зокрема патентів на винаходи – 3,2 %, на корисні моделі – 3,3 %. Порівняно зі сферою наукових досліджень і розробок, частка НААН становила 12,1 і 13,8 % відповідно.

Таблиця 3

**Патентно-ліцензійна робота наукових установ
Національної академії аграрних наук України в 1996–2017 рр., од.**

Об'єкт права інтелектуальної власності	Роки						
	1996–2000	2000	2007	2009	2011–2015	2015	2017
Винаходи	676/706	72/70	322/297	89/77	222/222	35/34	42/24
Корисні моделі			35/21	241/211	1079/1041	194/171	186/192
Промислові зразки	д/н	д/н	д/н	д/н	5/1	0/0	0/0
Знаки для товарів і послуг	12/32	0/0	д/н	д/н	31/14	7/1	6/4
Сорти, гібриди рослин, лінії та батьківські компоненти	897/497	54/77	261/396	321/218	842/994	266/245	161/199
Селекційні досягнення у тваринництві	184/67	49/2	10/4	1/6	5/4	1/2	0/0
Об'єкти авторського права та суміжних прав (службові)	д/н	д/н	41	41	208	42	37/57
Усього	1769 / 1302	175 / 149	669 / 755	693 / 553	2392 / 2484	545 / 495	432 / 476
Укладено ліцензійних угод	835	75	3318	4749	11392	1752	1510
Одержано коштів за ліцензійними угодами:							
– усього (у фактичних цінах), млн грн.	д/н	д/н	20,6	17,7	118,6	31,1	41,2
– усього (у цінах 2018 р.), млн грн.	×	×	76,9	45,6	225,3	40,5	41,2
– до фактичного обсягу спецфонду, %	×	×	15,8	11,1	10,2	9,7	5,1

Примітки. Перед навіскісною – подано заявок на отримання документів на об'єкти права інтелектуальної власності; за навіскісною – отримано охоронних документів на об'єкти права інтелектуальної власності. Д/н – даних немає.

Джерело: склав і розрахував автор за даними річних звітів НААН.

Лідерами зі створення об'єктів права інтелектуальної власності в 2017 р. були ДУ «Інститут зернових культур», Інститут свинарства і агропромислового виробництва, Інститут рослинництва ім. В. Я. Юр'єва, ННЦ «Інститут експериментальної і клінічної ветеринарної медицини» та ННЦ «Інститут механізації та електрифікації сільського господарства».

Слід зазначити, що дуже негативною є тенденція у сфері комерціалізації наукових розробок НААН. Зокрема за 2007–2017 рр. кількість укладених ліцензійних угод зменшилася у 2,2 разу, а їх вартість (у цінах 2018 р.) – в 1,9 разу. До того ж частка коштів, одержаних від використання об'єктів права інтелектуальної власності, протягом досліджуваного періоду в структурі спеціального фонду наукових установ НААН скоротилася більше ніж у три рази. На думку науковців ДУ «Інститут економіки та прогнозування НАН України», така невідповідність високого інноваційного потенціалу Національної академії аграрних наук України і низьких результатів його використання може вказувати, по-перше, на фактичне завищення величини потенціалу аграрного сектора економіки; по-друге, на брак потреби на ринку в комерціалізації інновацій взагалі, а особливо вітчизняних продуцентів; по-третє, на брак державної підтримки інноваційної діяльності в аграрній сфері [18, с. 21]. Справді, згідно з даними Українського інституту експертизи сортів рослин, у 2017 р. в державному реєстрі сортів рослин, придатних для поширення в Україні, налічували близько 9,5 тис. генотипів, із яких 42,1 % – вітчизняної селекції, 57,9 % – іноземної селекції. При цьому частка ярих зернових культур вітчизняної селекції не перевищувала 37 %, озимих зернових – 75 %, олійних культур – 32 %, зокрема ріпаку озимого – 16 %, буряків (цукрових, кормових і столових) – 19 %, із яких буряків цукрових – 16 %; батьківських компонентів цукрових буряків взагалі не було зареєстровано.

Стан племінної справи нині є ще більш незадовільним: частка маточного поголів'я ВРХ вітчизняної селекції в 2017 р. не перевищувала 12 %, свиней – 4 %, птахів – 1 % тощо. Своєю чергою цьому сприяло

щорічне зменшення обсягів реалізації племінних тварин господарствами НААН у 1996–2017 рр. Так, кількість проданої племінної великої рогатої худоби в 2017 р., порівняно з 1996 р., зменшилася в 5,4 разу, свиней – у 5,4 разу, овець – у 2,3 разу. До того ж спостерігаємо різкий спад продажів і порівняно з 2016 р.: ВРХ – в 1,8 разу, свиней – в 1,6 разу (табл. 4).

Таблиця 4

**Продаж племінних тварин господарствами
Національної академії аграрних наук України в 1996–2017 рр., гол.**

Вид тварин	Роки									
	1996	1996–2000	2000	2003	2007	2009	2011–2015	2015	2016	2017
Велика рогата худоба	1460	8511	1242	821	1366	455	2819	521	496	272
Свині	3805	24257	4971	3948	2286	2113	5697	1054	1127	710
Вівці	1720	д/н	д/н	189	764	349	2581	960	321	645

Примітка. Д/н – даних немає.

Джерело: склав і розрахував автор за даними річних звітів НААН.

Серед створеної науково-технічної продукції установами НААН за кошти державного бюджету в 2011–2017 рр. більше 90 % становили наукові розробки, які мають науково-практичне значення. Із загальної кількості отриманих наукових розробок, у 2017 р. 80,0 % були для галузі рослинництва, 8,0 % – для тваринництва, 7,7 % – для цілей інноваційного провайдингу, 4,3 % – для економічного і технологічного супроводу агропромислового виробництва (табл. 5).

Таблиця 5

**Результати наукової діяльності, що здійснювали відділення Національної академії аграрних наук України в 2011–2017 рр. за рахунок коштів державного бюджету
(фундаментальні і прикладні дослідження)**

Відділення НААН	Кількість отриманих наукових розробок, од.								Апробовано науково-технічної продукції, од.	Упроваджен о науково-технічної продукції, од.		
	усього		з них рекомендованих до:									
			апробації		освоєння виробництвом		використання у наукових дослідженнях					
	2011–2015 рр.	2017 р.	2011–2015 рр.	2017 р.	2011–2015 рр.	2017 р.	2011–2015 рр.	2017 р.			2011–2015 рр.	2015–2017 рр.
Землеробства, меліорації та механізації	2710	627	1078	154	1116	90	1381	488	1219	227	1100	336
Рослинництва	3411	1953	2405	775	875	82	3996	1189	2223	588	2028	1073
Зоотехнії	904	149	347	56	422	40	211	100	461	89	986	120
Ветеринарної медицини	403	111	305	65	325	24	320	75	432	293	215	161
Аграрної економіки і продовольства	828	135	533	85	443	13	541	101	299	128	472	171
Наукового забезпечення інноваційного розвитку	968	248	291	79	372	66	458	138	191	175	344	216
Усього	9224	3223	4959	1214	3553	315	6907	2091	4825	1500	5145	2077

Джерело: склав і розрахував автор за даними річних звітів НААН.

Незважаючи на значну кількість наукових розробок, їхнє прикладне значення залишається незадовільним. Так, у 2011–2015 рр. до апробації рекомендовано 53,7 % розробок НААН, із них 97,3 % перевірили виробничим методом. У 2017 р. ці показники знизилися до 38,0 % і 86,2 % відповідно. Рівень впровадження науково-технічної продукції в 2011–2015 рр. становив 55,8 %, у 2017 р. – 64,4 %; був найвищим у відділеннях рослинництва і ветеринарної медицини.

Основними видами інноваційної продукції, яка нині користується попитом на вітчизняному ринку, є насіннєвий матеріал, технології обробітку ґрунту, біопрепарати, біостимулятори росту рослин, окремі технологічні рішення тощо. Низький інноваційний потенціал мають промислові зразки сільськогосподарської техніки українського виробництва, мінеральних добрив, а також теоретичні й прикладні результати агроекономічних досліджень. Водночас високий потенціал до впровадження у виробництво є у сортів рослин вітчизняної селекції, особливо пшениці озимої, ячменю ярого, тритикале, квасолі, нуту, чини, усіх круп'яних культур, льону, ричини, гірчиці, окремих гібридів соняшнику і районованих сортів плодово-ягідних культур. Цей висновок підтверджують звітні дані про результати

селекційної роботи наукових установ Національної академії аграрних наук України в 2010–2017 рр., що за досліджуваний період передали на державне сорто випробування 1498 сортів (гібридів) рослин, із яких 77,8 % – уже занесли до Держаного реєстру сортів рослин, придатних для поширення в Україні (табл. 6).

Таблиця 6

Селекційна робота наукових установ Національної академії аграрних наук України в 2010–2017 рр.

Культура, група культур	Передано на державне сорто випробування сортів (гібридів), шт.				Занесено нові сорти і гібриди до Держаного реєстру сортів рослин, придатних для поширення в Україні, шт.			
	2010 р.	2011–2015 рр.	2016 р.	2017 р.	2010 р.	2011–2015 рр.	2016 р.	2017 р.
Озимі зернові	17	147	21	32	6	130	8	17
Ярі зернові	21	178	24	99	35	128	55	65
Круп'яні	2	21	0	4	2	23	2	6
Зернобобові	1	25	1	16	6	14	7	13
Олійні	37	126	8	18	13	110	20	21
Кормові	27	50	4	10	15	25	9	13
Прядивні	2	6	1	3	0	4	2	1
Буряки цукрові	7	28	0	5	4	11	0	5
Картопля	5	27	6	5	5	19	2	5
Овочеві	30	100	18	8	14	72	4	21
Баштанні	6	10	1	0	4	14	0	2
Ефіроолійні та лікарські	1	8	4	2	2	5	3	12
Плодово-ягідні	49	105	7	6	67	115	8	10
Виноград	11	17	0	0	0	14	0	0
Квітково-декоративні	5	24	8	27	4	16	7	0
Усього	221	939	103	235	177	700	127	191

Джерело: склав автор за даними річних звітів НААН.

Як зазначили автори Національної доповіді «Інноваційна Україна 2020», у 2014 р. інноваційна активність сільськогосподарських підприємств не перевищувала 15 %, а найбільш ефективних із них – становила біля 57 % у рослинництві й близько 30 % – у тваринництві [19, с. 97]. До того ж малі та середні господарства, за винятком великих інтегрованих суб'єктів господарювання, обмежено реалізовували власний інноваційний потенціал, зважаючи на брак вільних обігових коштів, низьку прибутковість і нестачу фахівців, здатних до продукування новацій.

Згідно з даними Національної академії аграрних наук України, обсяги фактичного впровадження в сільськогосподарське виробництво інноваційних розробок учених академії протягом 2000–2017 рр. були незначними. Зокрема кількість сільгосп підприємств, що впроваджували інновації НААН, за досліджуваний період зменшилася більше ніж удвічі. В загальній кількості суб'єктів господарювання в аграрному секторі економіки (з урахуванням фермерських господарств) їх частка зменшилася з 1,9 до 1,2 %, без урахування фермерських господарств – з 4,1 до 3,6 % відповідно. Розвитку трансферу інновацій у 2002–2013 рр. істотно сприяла діяльність регіональних центрів наукового забезпечення агропромислового виробництва, однак і вони не дали змоги повною мірою реалізувати інноваційну модель розвитку аграрного сектора економіки України. Проблему також ускладнює низька якість розроблених структурними підрозділами НААН інноваційних проектів, що, не тільки призводить до заниження вартості інноваційної продукції (у середньому 36,5 тис. грн з розрахунку на 1 договір у 2017 р.), а й фактично робить їх неконкурентоспроможними (табл. 7). Зауважимо, що на цій проблемі 2006 р. наголошував В. Ситник [20, с. 5], однак її розв'язання повною мірою відтермінують.

Для ефективного трансферу інновацій в агропромислове виробництво Національна академія аграрних наук України у 2018 р. видала каталог інноваційних розробок, що містить загальний опис усього 211 розробок (а не 905, що рекомендували до впровадження протягом 2015–2017 рр. [17, с. 565]) 50 науково-дослідних установ НААН, із яких 52,1 % розробок – для галузі рослинництва, 30,3 % – для тваринництва, 2,8 % – для харчової і переробної промисловості [21]. Водночас брак розвитку інституційної системи інформаційного забезпечення супроводу інноваційної діяльності, а також інформаційна закритість більшості суб'єктів господарювання в аграрному секторі економіки не створюють належного підґрунтя для формування попиту і розширення місткості ринку інноваційних розробок національного виробництва.

Висновки. У ринкових умовах інноваційний потенціал є базисом для економічного зростання, інклюзивного секторального розвитку, а його ефективна реалізація визначає рівень конкурентоспроможності не тільки продукції, а й усього національного господарства на світовій арені. Нині економіка України стоїть перед цивілізаційним вибором: або йти шляхом неоіндустріалізації і продовольчої незалежності, або бути ресурсномістким сировинним додатком більш розвинених країн світу.

В аграрному секторі економіки за роки незалежності України не тільки відбувся трансформаційний поступ до ринку, змінилися форми і методи господарювання, а й звершилася деіндустріалізація, особливо у

малих і середніх сільськогосподарських підприємствах; агропромислове виробництво стало дезінтегрованим. Лібералізація й низькі темпи економічного розвитку заклали міцний фундамент для деградації інноваційних процесів, а глобалізація – для заміщення національної наукоємної інноваційної продукції іноземною, сприяючи ще більшій руйнації вітчизняної науки і техніки, недоотриманню валової доданої вартості, відпливу кадрів вищої кваліфікації за кордон.

Таблиця 7

**Упровадження інноваційних розробок установ
Національної академії аграрних наук України в 2000–2017 рр.**

Рік	Кількість сільськогосподарських підприємств в Україні, од.		Кількість сільгосп-підприємств, що впроваджували інновації, од.	Кількість укладених договорів, од.	Обсяг залучених коштів, млн грн.	
	усього	у т. ч. без фермерських господарств			у фактичних цінах	у цінах 2018 р.
2000	66793 ¹⁾	31422 ¹⁾	1298 ²⁾	696	4,2	28,4
2003	59923	16907	2928 ²⁾	1208	13,4	76,2
2007	58387	14912	920	866	41,4	153,5
2010	56493	14767	1087	1420	56,5	132,9
2011	56133	14645	1203	1135	68,4	149,0
2013	49046	14878	1076	1596	28,6	62,1
2014	46199 ³⁾	13115 ³⁾	593	1133	12,2	23,6
2015	45379 ³⁾	13076 ³⁾	636	768	31,0	40,4
2017	50991 ³⁾	16854 ³⁾	610	1010	36,9	36,9

Примітки. ¹⁾ Усього зареєстрованих підприємств за КВЕД «А» на кінець року. ²⁾ Ураховуючи експериментальне впровадження.

³⁾ Без урахування тимчасово окупованої території та зони проведення антитерористичної операції. Дані по Україні за 2017 р. – попередні.

Джерело: склав і розрахував автор за даними Держстату України і річних звітів НААН.

Аналіз стану інноваційного потенціалу розвитку аграрного сектора економіки показав, що протягом 1996–2017 рр. за основними індикаторами він зменшувався, а його елементи були неконкурентоспроможними навіть на вітчизняному ринку. Нині майже повністю втрачено науково-дослідний потенціал тваринництва, птахівництва, сільськогосподарської механізації, меліорації, значною мірою – потенціал техніко-технологічного забезпечення переробки й зберігання сільгосппродукції. Попитом на ринку користуються переважно сорти і гібриди вітчизняної селекції зернових, бобових, круп'яних, овочевих, плодово-ягідних культур, водночас потребує розвитку селекція біоенергетичних культур, цукрових буряків, технічних культур, винограду тощо. До того ж основну роль у науковому забезпеченні агропромислового виробництва і координації агроекономічних досліджень має і надалі грати Національна академія аграрних наук України.

Серед основних проблем ефективного формування й реалізації інноваційного потенціалу розвитку аграрного сектора економіки України, на нашу думку, потрібно виокремити такі: багаторічний розрив ланцюга «наука – виробництво – наука»; відсутність стратегії інноваційного розвитку галузі; низькі обсяги фінансування наукових установ мережі НААН, що сприяє зниженню кадрового і матеріально-технічного потенціалів; брак державної підтримки інноваційних проєктів; недостатній рівень розвитку інституцій зі сприяння інноваційного розвитку агропромислового виробництва; низький рівень інформаційної активності НААН щодо маркетингу своїх інноваційних розробок; недостатня заінтересованість сільгосптоваровиробників впроваджувати новітні біотехнології та екологічнобезпечні способи виробництва; неефективна система оплати праці в наукових установах і освітніх закладах, що дестимулює продукування інновацій і не мотивує талановитих фахівців, особливо молодь, до праці в цій сфері; низька конкурентоспроможність вітчизняної інноваційної продукції, порівняно з іноземними аналогами; фактичне припинення діяльності регіональних центрів наукового забезпечення агропромислового виробництва.

Для розв'язання вищезазначених проблем необхідно реформувати державну аграрну та економічну політику, переорієнтувавши їх на неоіндустріальну парадигму інноваційного розвитку інтеграційних відносин в аграрному секторі економіки, трансформувати інституціональне середовище підтримки інноваційного підприємництва і трансферу інновацій, створити цілісну інноваційну систему розвитку агропромислового виробництва на національному і регіональному рівнях, впровадити ефективний організаційно-економічний механізм державної підтримки і регулювання інноваційної діяльності в аграрному секторі економіки, забезпечити безперервність ланцюга «наука – виробництво – наука», особливо в частині заінтересованості як працівників наукових і освітніх установ у кінцевих результатах праці, так і вітчизняних сільгосптоваровиробників у впровадженні інноваційних розробок національних продуцентів.

Перспективами подальших розвідок у цьому напрямі є дослідження окремих складників інноваційного потенціалу розвитку аграрного сектора економіки, розробка стратегії інноваційного розвитку аграрної сфери, формування парадигми інклюзивного розвитку аграрного сектора економіки на інноваційних засадах.

Література

1. Рикардо Д. Сочинения / Д. Рикардо ; пер. под ред. М. Смит. – Москва : Госполитиздат, 1955. – Т. 1 : Начало политической экономии и налогового обложения. – 360 с.
2. Шумпетер Й. А. Теорія економічного розвитку: Дослідження прибутків, капіталу, кредиту, відсотка та економічного циклу / Й. А. Шумпетер ; пер. з англ. В. Старка. – Київ : Вид. дім «Києво-Могилянська академія», 2011. – 242 с.
3. Про інноваційну діяльність : закон України № 40-IV від 04.07.2002 р. (зі змінами) [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/40-15>.
4. Інноваційний потенціал оператора зв'язку: формування, оцінювання та ефективність використання / [Грицуленко С. І., Орлов В. М., Отливанська Г. А., Уманський І. І.]. – Одеса : ВМВ, 2013. – 258 с.
5. Гріщенко І. В. Структурна модель інвестиційно-інноваційного потенціалу підприємства / І. В. Гріщенко, О. М. Денисюк // Шляхи активізації інноваційної діяльності в освіті, науці, економіці : матер. Всеукр. наук.-практ. конф. (м. Вінниця, 12 квітня 2016 р.) : у 2 т. Т. 1. – Вінниця : ВННІЕ ТНЕУ, 2016. – С. 147–149.
6. Дзюбіна А. В. Розкриття змісту поняття «інноваційний потенціал» та визначення його складових / А. В. Дзюбіна // Вісник Національного університету «Львівська політехніка». – 2008. – № 628. – С. 72–77.
7. Зубко Т. Л. Зміст поняття і методи оцінки інноваційного потенціалу підприємства / Т. Л. Зубко, В. Г. Андрєєва // Економіка. Менеджмент. Бізнес. – 2016. – № 1 (15). – С. 74–81.
8. Сирцева С. В. Інноваційний потенціал як складова економічного потенціалу сільськогосподарського підприємства / С. В. Сирцева // Вісник аграрної науки Причорномор'я. – 2008. – Вип. 4 (47). – С. 115–121.
9. Федонін О. С. Потенціал підприємства: формування та оцінка / О. С. Федонін, І. М. Рєпіна, О. І. Олексюк. – К. : КНЕУ, 2004. – 316 с.
10. Про пріоритетні напрями інноваційної діяльності в Україні : закон України № 433-IV від 16.01.2003 р. (зі змінами) [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/433-15>.
11. Москалюк К. В. Теоретичні основи інноваційного потенціалу аграрної сфери України / К. В. Москалюк // Наукові праці Кіровоградського національного технічного університету. Економічні науки. – 2012. – Вип. 22 (2). – С. 418–422.
12. Інноваційне забезпечення розвитку сільського господарства України: проблеми та перспективи / [Лупенко Ю. О., Малік М. Й., Шпикуляк О. Г. та ін.]. – К. : ННЦ «ІАЕ», 2014. – 516 с.
13. Володін С. А. Теоретичні засади формування і реалізації інноваційного потенціалу в розвитку економіки / С. А. Володін, О. І. Чекамова // Економіка АПК. – 2017. – № 5 (271). – С. 65–72.
14. Наукова та інноваційна діяльність в Україні : стат. зб. / відпов. за вип. І. В. Калачова. – К. : Держстат України, 2013. – 287 с.
15. Наукова та інноваційна діяльність в Україні : стат. зб. / відпов. за вип. О. О. Кармазіна. – К. : Держстат України, 2014. – 314 с.
16. Наукова та інноваційна діяльність України : стат. зб. / відпов. за вип. О. О. Кармазіна. – К. : Держстат України, 2017. – 140 с.
17. Звіт про діяльність Національної академії аграрних наук України за 2017 рік / упоряд. : А. С. Заришняк, О. Є. Гузеватий, В. В. Кузьмінський. – К. : Аграрна наука, 2018. – 590 с.
18. Інноваційні трансформації аграрного сектора економіки / [Шубравська О. В., Молдаван Л. В., Пасхавер Б. Й. та ін.]; за ред. О. В. Шубравської. – К. : Ін-т екон. та прогнозів. НАН України, 2012. – 496 с.
19. Інноваційна Україна 2020 : національна доповідь / за заг. ред. В. М. Гейця [та ін.]. – К. : НАН України, 2015. – 336 с.
20. Ситник В. П. Про завдання наукових установ Академії щодо активізації трансферу інновацій в агропромислове виробництво / В. П. Ситник // Економіка АПК. – 2006. – № 11 (145). – С. 4–8.
21. Каталог інноваційних розробок НААН, рекомендованих для впровадження в агропромислове виробництво / за ред. Я. М. Гадзала. – К. : Аграрна наука, 2018. – 228 с.

References

1. Rykardo D. Sochyneniya / D. Rykardo ; per. pod red. M. Smyt. – Moskva : Hospolytyzdat, 1955. – Т. 1 : Nachalo polytycheskoi ekonomyy u nalohovoho oblozheniya. – 360 s.
2. Shumpeter Y. A. Teoriia ekonomichnoho rozvytku: Doslidzhennia prybutkiv, kapitalu, kredytu, vidсотka ta ekonomichnoho tsykladu / Y. A. Shumpeter ; per. z anhl. V. Starka. – Kyiv : Vyd. dim «Kyievo-Mohylianska akademii», 2011. – 242 s.
3. Pro innovatsiynu dialnist : zakon Ukrainy № 40-IV vid 04.07.2002 r. (zi zminamy) [Elektronnyi resurs]. – Rezhym dostupu : <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/40-15>.
4. Innovatsiyni potentsial operatora v'iazku: formuvannia, otsiniuvannia ta efektyvnist vykorystannia / [Hrytsulenko S. I., Orlov V. M., Otylvanska H. A., Umanskiy I. I.]. – Odesa : VMV, 2013. – 258 s.
5. Hrishchenko I. V. Strukturna model investytsiino-innovatsiynoho potentsialu pidpriemstva / I. V. Hrishchenko, O. M. Denysiuk // Shliakhy aktyvizatsii innovatsiinoi diialnosti v osviti, nauksi, ekonomitsi : mater. vseukr. nauk.-prakt. konf. (m. Vinnytsia, 12 kvitnia 2016 r.) : u 2 t. T. 1. – Vinnytsia : VNNIE TNEU, 2016. – S. 147–149.
6. Dziubina A. V. Rozkryttia zmistu poniattia «innovatsiyni potentsial» ta vyznachennia yoho skladovykh / A. V. Dziubina // Visnyk Natsionalnoho universytetu «Lvivska politekhnik». – 2008. – № 628. – S. 72–77.
7. Zubko T. L. Zmist poniattia i metody otsinky innovatsiynoho potentsialu pidpriemstva / T. L. Zubko, V. H. Andrieieva // Ekonomika. Menedzhment. Biznes. – 2016. – № 1 (15). – S. 74–81.

8. Syrtseva S. V. Innovatsiyni potentsial yak skladova ekonomichnoho potentsialu silskohospodarskoho pidpriemstva / S.V. Syrtseva // Visnyk aharnoi nauky Prychornomoria. – 2008. – Vyp. 4 (47). – S. 115–121.
9. Fedonin O. S. Potentsial pidpriemstva: formuvannia ta otsinka / O. S. Fedonin, I. M. Riepina, O. I. Oleksiuk. – K. : KNEU, 2004. – 316 s.
10. Pro prioryetni napriamy innovatsiinoi diialnosti v Ukraini : zakon Ukrainy № 433-IV vid 16.01.2003 r. (zi zminamy) [Elektronnyi resurs]. – Rezhym dostupu : <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/433-15>.
11. Moskaliuk K. V. Teoretychni osnovy innovatsiinoho potentsialu aharnoi sfery Ukrainy / K. V. Moskaliuk // Naukovi pratsi Kirovohrads'koho natsionalnoho tekhnichnoho universytetu. Ekonomichni nauky. – 2012. – Vyp. 22 (2). – S. 418–422.
12. Innovatsiine zabezpechennia rozvytku silskoho hospodarstva Ukrainy: problemy ta perspektyvy / [Lupenko Yu. O., Malik M. Y., Shpykuliak O. H. ta in.]. – K. : NNTs «IAE», 2014. – 516 s.
13. Volodin S. A. Teoretychni zasady formuvannia i realizatsii innovatsiinoho potentsialu v rozvytku ekonomiky / S. A. Volodin, O. I. Chekamova // Ekonomika APK. – 2017. – № 5 (271). – S. 65–72.
14. Naukova ta innovatsiina diialnist v Ukraini : stat. zb. / vidpov. za vyp. I. V. Kalachova. – K. : Derzhstat Ukrainy, 2013. – 287 s.
15. Naukova ta innovatsiina diialnist v Ukraini : stat. zb. / vidpov. za vyp. O. O. Karmazina. – K. : Derzhstat Ukrainy, 2014. – 314 s.
16. Naukova ta innovatsiina diialnist Ukrainy : stat. zb. / vidpov. za vyp. O. O. Karmazina. – K. : Derzhstat Ukrainy, 2017. – 140 s.
17. Zvit pro diialnist Natsionalnoi akademii ahrarykh nauk Ukrainy za 2017 rik / uporiad. : A. S. Zaryshniak, O. Ye. Huzevaty, V.V. Kuzminskyi. – K. : Aharna nauka, 2018. – 590 s.
18. Innovatsiini transformatsii aharnoho sektora ekonomiky / [Shubravskaya O. V., Moldavan L. V., Paskhaver B. Y. ta in.] ; za red. O.V. Shubravskoi. – K. : In-t ekon. ta prohnozuv. NAN Ukrainy, 2012. – 496 s.
19. Innovatsiina Ukraina 2020 : natsionalna dopovid / za zah. red. V. M. Heitsia [ta in.]. – K. : NAN Ukrainy, 2015. – 336 s.
20. Sytnyk V. P. Pro zavdannia naukovykh ustanov Akademii shchodo aktyvizatsii transferu innovatsii v ahropromyslove vyrobnytstvo / V. P. Sytnyk // Ekonomika APK. – 2006. – № 11 (145). – S. 4–8.
21. Kataloh innovatsiinykh rozrobok NAAN, rekomendovanykh dlia vprovadzhennia v ahropromyslove vyrobnytstvo / za red. Ya. M. Hadzala. – K. : Aharna nauka, 2018. – 228 s.

Рецензія/Peer review : 04.05.2018

Надрукована/Printed : 07.06.2018

Рецензент: д. е. н., проф. Гончар О. І.

УДК 330.341.1: 338.242

ВАСИЛЬЦІВ Т. Г.,
ВОЛОШИН В. В.,
ШЕХЛОВИЧ А. М.

Регіональний філіал Національного інституту стратегічних досліджень у м. Львові

НАПРЯМИ ДЕТИНІЗАЦІЇ ТА НАРОЩУВАННЯ ОБСЯГІВ ТЕХНОЛОГІЧНО-ІННОВАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ ЯК ЗАСІБ ПРОТИДІЇ ГІБРИДНИМ ЗАГРОЗАМ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ

Встановлено, що негативні очікування суб'єктів господарювання та макроекономічна нестабільність в значній мірі обумовлені впливом гібридних загроз агресії з боку Російської Федерації, спричинили активізацію відпливу капіталу з легального сектору та зростання тінізації економічних відносин, в т. ч. у технологічно-інноваційній сфері. Визначено інституційні та ринкові перешкоди розвитку технологічно-інноваційної діяльності в Україні. Обґрунтовані напрями детінізації та нарощування обсягів технологічно-інноваційних процесів як засіб протидії гібридним загрозам економіки України, серед яких створення належних фінансово-економічних стимулів для суб'єктів інноваційної діяльності, формування і реалізація нормативно-правового механізму детінізації та нарощення обсягів технологічно-інноваційних процесів, створення дієздатної інноваційної інфраструктури, розвиток ринкового середовища технологічно-інноваційної діяльності.

Ключові слова: детінізація, технологічно-інноваційні процеси, інноваційна діяльність, гібридні загрози, інструменти протидії.

VASILTSIV T.,
VOLOSHYN V.,
SHEKHLOVYCH A.

Regional Branch of the National Institute for Strategic Studies in Lviv

DIRECTIONS OF UNSHADOWING AND INCREASE THE VOLUME OF TECHNOLOGICAL AND INNOVATIVE PROCESSES AS A FIGHT AGAINST HYBRID THREATS OF THE UKRAINE'S ECONOMY

It was established that negative expectations of economic entities and macroeconomic instability, to a large extent due to the influence of hybrid threats of aggression on the part of the Russian Federation, caused an intensification of outflow of capital from the legal sector and an increase in the shadowing of economic relations, including in the technological and innovation sphere. As a result, it has been recorded a sharp decrease in the share of used technologies, lowering the level of implementation of innovations in technical and technological processes, illegalization of intellectual property products in the software market, development of offshore outsourcing and freelance, activation of «patent migration». The purpose of the article is to substantiate the directions of unshadowing and increase the volume of technological and innovative processes as a means of counteracting the hybrid threats to the Ukrainian economy. It was determined the institutional and market barriers of technological and innovation activity development in Ukraine, among them: the absence of sufficient incentives for subjects of the real sector of the economy to intensify innovation activity, the ineffectiveness of state regulation of intellectual property rights protection, the lack of effective mechanisms of interaction of participants in the innovation process, the imperfection of the domestic market of innovative products, the low level of competition in the domestic market. It was developed the directions of unshadowing and increasing the volume of technological and innovative processes as a means of counteracting the hybrid threats to the economy of Ukraine, among them: the creation of appropriate financial and economic incentives for the subjects of innovation activity, the formation and implementation of the legal and regulatory mechanism of shadowing and increasing the volume of technological and innovation processes, capable of innovative infrastructure, development of a market environment for technological innovation.

Keywords: unshadowing, technological and innovation processes, innovation activity, hybrid threats, counteraction tools.

Постановка задачі. Негативні очікування суб'єктів господарювання та макроекономічна нестабільність під час політико-економічної кризи 2014–2017 рр. спричинили активізацію відпливу капіталів з легального сектору та зростання тінізації господарських відносин, в т. ч. у технологічно-інноваційній сфері. Як наслідок, зафіксовано різке зменшення частки використовуваних технологій найвищих технологічних укладів, зниження рівня впровадження інновацій у техніко-технологічні процеси видів економічної діяльності та галузей, на яких спеціалізується національна економіка, ілєгалізацію продуктів інтелектуальної власності на ринку програмного забезпечення, розвиток офшорного аутсорсингу та фрілансу, активізацію «патентної міграції». Ситуація багато у чому ускладнюється веденням військових дій на сході України та анексією Російською Федерацією АР Крим, результатом яких стали не лише фізичне руйнування виробничих потужностей на Донбасі, які забезпечували значну частину внутрішнього виробництва інноваційної продукції, але і істотне збільшення обсягів контрабанди як з тимчасово окупованих територій Донецької та Луганської областей в Україну, так і у зворотному напрямі.

Попри визнання активізації інноваційної діяльності одним із пріоритетів соціально-економічного розвитку та безпеки України, прийняття і реалізацію низки стратегій і програм на різних рівнях управління, ключові індикатори технологічно-інноваційної діяльності погіршуються, а інноваційні процеси тінізуються, що посилює актуальність застосування в Україні більш комплексного підходу із базуванням на розробленні

напрямів та впровадженні інструментів детінізації та нарощення обсягів технологічно-інноваційних процесів як засобу протидії гібридним загрозам економіки України.

Аналіз досліджень та публікацій. Стратегічні пріоритети та практичні інструменти активізації технологічно-інноваційних процесів актуалізуються у працях Ю. Бажала [1], З. Варналія [2], О. Собкевич [5], Л. Федулової [6], М. Флейчук [7]. Гібридні ризики і загрози в економічній сфері є об'єктом дослідження у працях О. Власюка [3] та В. Горбуліна [4]. Водночас, питання впливу детінізації на нарощення обсягів технологічно-інноваційних процесів як засобу протидії гібридним загрозам економіки України залишаються малодослідженими.

Виділення невирішених частин. Незавершеними на сьогодні є результати досліджень, які стосуються протидії гібридним загрозам економіки України шляхом детінізації та нарощення обсягів технологічно-інноваційних процесів.

Формулювання цілей. Метою статті є обґрунтування напрямів детінізації та нарощування обсягів технологічно-інноваційних процесів як засобу протидії гібридним загрозам економіки України.

Виклад основного матеріалу. Значним негативним чинником впливу на стан інноваційно-технологічного потенціалу України стала зовнішня військова агресія, унаслідок якої держава втратила частину виробничо-технологічної інфраструктури та науково-дослідного потенціалу, зазнала послаблення інвестиційної привабливості економіки, активізацію процесів інтелектуальної еміграції. Водночас гібридний конфлікт з Росією змусив Україну переосмислити старі та визначити нові стратегічні пріоритети соціально-економічного розвитку, які повинні базуватися на основі ефективної реалізації стратегії інноваційного розвитку як інструменту протидії гібридним загрозам. Протидія наслідкам гібридної агресії в технологічно-інноваційній сфері має ґрунтуватися на активізації підприємницької діяльності в інноваційній сфері, детінізації технологічно-інноваційних процесів, розширенні напрямів міжнародного науково-технологічного та виробничого співробітництва, зниженні економічної залежності національної економіки від російського ринку, поліпшенні бізнес-клімату та підвищенні інвестиційної привабливості інноваційної сфери.

Незважаючи на безальтернативність переходу економіки країни на інноваційну модель розвитку, державна інноваційна політика характеризується низкою вад інституційного та ринкового характеру. Більше того, фрагментарність державної інноваційної політики, неузгодженість інструментів підтримки інноваційної діяльності підприємств, постійне обмежене фінансування не формує передумов для детінізації технологічно-інноваційних процесів та, як наслідок, створення технологічних конкурентних переваг національної економіки.

Зауважимо, що в Україні недостатньо використовується потенціал непрямого стимулювання розвитку технологічно-інноваційної діяльності в Україні. Зокрема залишається неформованою система інституційних та економічних стимулів щодо залучення позабюджетних коштів та інвестиційних ресурсів в інноваційні процеси. Податкове стимулювання розвитку технологічно-інноваційної діяльності в Україні законодавчо забезпечується недостатньо та не є стабільним. Зокрема, статтю розділу V «Особливості в оподаткуванні та митному регулюванні інноваційної діяльності» Закону України «Про інноваційну діяльність» було виключено, технологічним паркам були скасовані такі податкові пільги як звільнення від сплати податку на прибуток та сплату ПДВ податковим векселем при імпорті.

Практика банківського та небанківського фінансування технологічно-інноваційної діяльності в Україні також свідчить про необхідність пошуку шляхів удосконалення цих процесів, оскільки відсоткові ставки за кредитами залишаються неприйнятно високими для інноваційно-активних підприємств, а небанківські фінансові посередники розміщують свої активи на банківських депозитах та в недооцінених цінних паперах вітчизняних підприємств традиційних галузей. Крім того, амортизаційна політика стимулювання розвитку технологічно-інноваційної діяльності в Україні залишається неефективною, що проявляється в застосуванні підприємствами застарілих норм амортизаційних відрахувань для більшості основних фондів, відсутності стимулів для вкладання коштів у інноваційні проекти. Неодноразово здійснювалося блокування дії низки видів прямої та непрямої державної допомоги діяльності технопарків в Україні, які у 2000–2004 рр. демонстрували позитивну динаміку ключових показників інноваційної діяльності. Недостатність податкових та амортизаційних відрахувань призводить до зниження фінансових результатів, а також фінансових можливостей підприємств щодо модернізації техніко-технологічної бази, що підвищує їх мотивацію до імпорту дешевших та доступніших технологій у т.ч. з ринків Митного союзу.

Крім того, в Україні досі залишається неформованим ринок інтелектуальної власності, про що свідчить високий рівень його тінізації та активна «патентна міграція». Згідно зі Спеціальним звітом 301 (The Special 301 Report), який готується щорічно Офісом торгового представника США (USTR), Україна, починаючи з 2011 р., знаходиться у переліку країн, котрі не забезпечують захисту прав інтелектуальної власності та щодо яких ведеться спостереження. Особливо критичною для України є проблема комп'ютерного піратства. За аналітичними даними міжнародної асоціації BSA, рівень використання неліцензійного програмного забезпечення в Україні у 2016 р. становив 82 %, що є одним із найвищих в Європі, а втрати національної економіки від комп'ютерного піратства складають більше ніж 400 млн дол. США на рік. При цьому, Україна не виділяє коштів на легалізацію піратського програмного забезпечення. У 2013 р. на легалізацію програмного забезпечення було виділено 100 млн грн, тоді як у 2014–2015 рр. в державному бюджеті на ці цілі кошти не передбачалися. Тоді як раніше планувалося закінчити легалізацію

програмного забезпечення в державних органах до 2015 р. За оцінками Microsoft, близько 85 % програмних продуктів корпорації, що використовуються в українських державних установах, – неліцензійні. Ця цифра розходить з оцінками Державної служби інтелектуальної власності України, згідно з якими рівень піратства в державних органах влади складає близько 35 %.

Це пов'язано передусім із недостатністю нормативно-правового регулювання питань, пов'язаних із оцінкою прав інтелектуальної власності, відсутністю ефективних механізмів обліку та впровадження у виробництво результатів інтелектуальної діяльності, складністю та довготривалістю процедури розгляду заявок на отримання охоронних документів на об'єкти інтелектуальної власності (терміни розгляду заявок становлять від 12 до 17 місяців), відсутністю методичного апарату визначення розміру шкоди, завданої порушенням прав на об'єкти права інтелектуальної власності. Така ситуація погіршує патенту захищеність вітчизняних новітніх технологій, а також посилює можливість відтоку винахідників до держав, де ринок інтелектуальної власності більш розвинутий та вищий рівень прав об'єктів інтелектуальної власності, а також кращі можливості їх комерціалізації.

Водночас в Україні зберігаються глибокий розрив між освітньо-науковою сферою та виробництвом, функціонують лише окремі елементи інноваційної інфраструктури, які б надавали можливість налагодити замкнений цикл виробництва інноваційної продукції – від генерування ідей до її комерціалізації. Ключовими партнерами інноваційних підприємств залишаються насамперед постачальники обладнання, матеріалів, компонентів або програмного забезпечення, частка яких становить 19,6 %, а також клієнти або споживачі підприємницького сектору (9,3 %), тоді як співробітництво з науково-дослідними інститутами, освітніми установами та державним сектором залишається нерозвинутим – партнерські відносини з ними підтримують лише 4,7 %, 2,6 % та 1,8 % підприємств відповідно. Це значним чином уповільнює процеси впровадження результатів досліджень і розробок у затребувані економікою технології, товари і послуги, забезпечує невідповідність промисловості особливостям конкурентних викликів сучасного світу та неефективне використання технологічно-інноваційного потенціалу України протидії гібридним загрозам.

Варто наголосити на несформованості внутрішнього ринку інноваційної продукції, що зумовлено загрозливим зниженням платоспроможного попиту на таку продукцію та неспроможністю вітчизняних виробників інноваційної продукції протистояти імпортерам за більшістю позицій товарної номенклатури. Додамо, що попит вітчизняних підприємств на товари з високим рівнем доданої вартості переважно задовільняється за рахунок імпортних поставок, частка яких у кінцевих витратах домогосподарств становила 43,3 %. Йде мова насамперед про машинобудування, де попит на 95,3 % забезпечується імпортерами, зокрема на 12,1 % – російськими. Водночас у процесі виробництва та модернізації вітчизняні підприємства також надають перевагу імпортному устаткуванню, частка якого у валовому нагромадженні капіталу становила 71,5 %. Це посилює залежність вітчизняної економіки від кон'юнктури зовнішніх ринків та імпорту високотехнологічних товарів із зовнішніх ринків, передусім російських. При цьому вітчизняні перспективні технологічні розробки переважно залишаються незадіяними або впроваджуються в інших країнах світу.

Більше того, внаслідок монополізації більшості галузей промисловості та обмеженої кількості учасників на внутрішньому ринку спостерігається низький рівень конкуренції на внутрішньому ринку. Йде мова передусім про галузі паливно-енергетичного комплексу, галузі транспорту та зв'язку, хімічної та фармацевтичної промисловості. Така ситуація узалежнює галузь від діяльності підприємств-монополіста, зокрема, у сфері інвестиційно-інноваційної політики та знижує рівень впровадження інноваційних технологій у монополізованих галузях.

Відтак, концепція державної політики нарощення обсягів технологічно-інноваційних процесів повинна орієнтуватися на забезпечення належних інституційних трансформацій та дієвих економічних стимулів об'єднання інтересів всіх учасників інноваційного процесу – від генерування знань до реалізації інноваційної продукції на внутрішньому і зовнішньому ринках. Йдеться не лише про підвищення ефективності функціонування державних і недержавних інституцій підтримки і стимулювання розвитку інноваційної діяльності, але і формування інституційного середовища стимулювання інтеграції науково-дослідної та виробничої сфери, що передбачає створення відповідних «правил гри» (покращення бізнес-клімату, захист прав інтелектуальної власності, спрощення патентування та ін.) та зниження трансакційних витрат на пошук інформації про інноваційні розробки, партнерів з комерціалізації технологій і винаходів.

З метою детінізації технологічно-інноваційних процесів і посилення його позитивного впливу на рівень економічної безпеки України в умовах гібридної війни, на наш погляд, необхідно створити належні фінансово-економічні стимули і мотиви для суб'єктів інноваційної діяльності, зокрема, реалізувати інструменти фінансово-бюджетного стимулювання інноваційної діяльності, залучення інвестиційних ресурсів в інноваційні проекти, фіскального стимулювання, забезпечити розвиток банківського кредитування та венчурного фінансування інноваційної діяльності.

Формування і реалізацію нормативно-правового механізму детінізації та нарощення обсягів технологічно-інноваційних процесів доцільно спрямувати на створення ефективної системи органів публічного управління, яка б здійснювала регулюючий вплив на суб'єктів інноваційної діяльності, створювала стимули для активізації інноваційної діяльності, систематизування законодавства в інноваційній сфері, нівелювання деструктивної дії суперечливих положень окремих нормативно-правових актів, структурування системи публічного контролю в інноваційній сфері.

Визначальним чинником детінізації та нарощення обсягів технологічно-інноваційних процесів є створення дієздатної інноваційної інфраструктури (технопарків, індустріальних парків, високотехнологічних інноваційних підприємств, венчурних фондів, центрів трансферу технологій та ін.), яка включає весь інноваційний ланцюг від розвитку фундаментальної наукової ідеї до виробництва та дистрибуції готової продукції на зовнішніх та внутрішніх ринках. При цьому, доцільно передбачити для суб'єктів інноваційної інфраструктури звільнення від сплати податків на нерухомість та землю впродовж кількох перших років або всього терміну функціонування суб'єктів інноваційної інфраструктури.

Не менш важливим є розвиток ринкового середовища технологічно-інноваційної діяльності, зорієнтованого на посилення захищеності інноваційних продуктів шляхом прийняття Закону України «Про ринок інтелектуальної власності та його регулювання», в якому необхідно чітко інституціалізувати суб'єктів і об'єктів цього ринку, їх функції та права, механізми функціонування, принципи, критерії, методи та засоби державного регулювання; посилення контролю. При цьому, варто розробити механізм посилення майнових прав на об'єкти інтелектуальної власності суб'єктів реального сектору економіки шляхом запровадження ефективних механізмів обліку та впровадження у виробництво результатів інтелектуальної діяльності, спрощення процедур розгляду заявок на отримання охоронних документів на об'єкти інтелектуальної власності, розширення методичного апарату визначення розміру шкоди, завданої порушенням прав на об'єкти права інтелектуальної власності, розробки програми захисту патентних прав і ноу-хау через звернення до спеціалізованих («патентних») судів.

Висновки і перспективи подальших розвідок. Гібридна війна Російської Федерації проти України стала довгостроковим чинником впливу не лише на військову, але й на політичну, соціальну та економічну сфери. В умовах потреби виходу на нові більш складні ринки та низької ефективності традиційних чинників зростання набуває актуальності побудова моделі розвитку, заснованої на високотехнологічних, наукоємних та енергоефективних виробництвах, глибокій інтеграції науково-дослідної та виробничої сфери з метою нарощення обсягів технологічно-інноваційних процесів. При цьому важливим завданням залишається забезпечення детінізації економічних відносин, які з розгортанням гібридного протистояння Російської Федерації лише посилюються, шляхом створення належних фінансово-економічних стимулів для суб'єктів інноваційної діяльності, формування і реалізації нормативно-правового механізму детінізації та нарощення обсягів технологічно-інноваційних процесів, створення дієздатної інноваційної інфраструктури, розвитку ринкового середовища технологічно-інноваційної діяльності. Зауважимо, що лише комплексне поєднання і реалізація запропонованих механізмів та інструментів дасть змогу забезпечити нарощування та ефективне використання інноваційного та науково-технологічного потенціалу з метою активізації розвитку інноваційної діяльності як дієвого інструменту протидії гібридній війні в економічній сфері. Подальші дослідження у цій сфері доречно сконцентрувати над розробкою функціонально-структурних інструментів локалізації економічних загроз гібридній агресії.

Література

1. Бажал Ю. М. Економіка інноваційних процесів / Ю. М. Бажал // Вісник Інституту економічного прогнозування. – 2002. – № 1. – С. 3–17.
2. Варналій З. С. Конкурентоспроможність національної економіки: проблеми та пріоритети інноваційного забезпечення / З. С. Варналій, О. П. Гармашова. – К. : Знання України, 2013. – 387 с.
3. Власюк О. С. Економічні чинники розбудови європейського безпекового простору в умовах військової агресії проти України / О. С. Власюк // Стратегічні пріоритети. – 2015. – № 2 (35). – С. 5–14.
4. Світова гібридна війна: український фронт : монографія / за заг. ред. В. П. Горбуліна. – К. : НІСД, 2017. – 496 с.
5. Собкевич О. В. Перспективи реалізації інноваційної політики у промисловості України: вплив на економічну безпеку держави : монографія / О. В. Собкевич. – Київ : ТОВ «ДКС Центр», 2015. – 336 с.
6. Федулова Л. І. Організаційні механізми формування результативної регіональної інноваційної системи / Л. І. Федулова // Стратегічні пріоритети. – 2009 р. – № 4(13). – С. 157–165.
7. Флейчук М. І. Легалізація економіки та протидія корупції у системі економічної безпеки: теоретичні основи та стратегічні пріоритети в умовах глобалізації : монографія / М. І. Флейчук. – Львів : Ахілл, 2008. – 660 с.

References

1. Bazhal Yu. M. Ekonomika innovatsiinykh protsesiv / Yu. M. Bazhal // Visnyk Instytutu ekonomichnoho prohnouzuвання. – 2002. – № 1. – С. 3–17.
2. Varnalii Z. S. Konkurentospromozhnist natsionalnoi ekonomiky: problemy ta priorytety innovatsiinoho zabezpechennia / Z. S. Varnalii, O. P. Harmashova. – K. : Znannia Ukrainy, 2013. – 387 s.
3. Vlasjuk O. S. Ekonomichni chynnyky rozbudovy yevropeiskoho bezpekovoho prostoru v umovakh viiskovoi ahresii proty Ukrainy / O. S. Vlasjuk // Stratehichni priorytety. – 2015. – № 2 (35). – С. 5–14.
4. Svitova hibrydna viina: ukraïnskyi front : monohrafiia / za zah. red. V. P. Horbulina. – K. : NISD, 2017. – 496 s.
5. Sobkevych O. V. Perspektyvy realizatsii innovatsiinoi polityky u promyslovosti Ukrainy: vplyv na ekonomichnu bezpeku derzhavy : monohrafiia / O. V. Sobkevych. – Kyiv : TOV «DKS Tsentr», 2015. – 336 s.
6. Fedulova L. I. Orhanizatsiini mekhanizmy formuvannia rezultatyvnoi rehionalnoi innovatsiinoi systemy / L. I. Fedulova // Stratehichni priorytety. – 2009 r. – № 4(13). – S. 157–165.
7. Fleichuk M. I. Lehaliizatsiia ekonomiky ta protydiia koruptsii u systemi ekonomichnoi bezpeky: teoretychni osnovy ta stratehichni priorytety v umovakh hlobalizatsii : monohrafiia / M. I. Fleichuk. – Lviv : Akhill, 2008. – 660 s.

Рецензія/Peer review : 05.05.2018

Надрукована/Printed : 06.06.2018

Рецензент: д. е. н., проф. Флейчук М. І.

УДК 388.005:633.1:631.53.01

ДАНИЛКО І. М.

Національний науковий центр «Інститут аграрної економіки», м Київ

НАПРЯМИ ТА МЕХАНІЗМИ УДОСКОНАЛЕННЯ ОРГАНІЗАЦІЙНО-ЕКОНОМІЧНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ СЕЛЕКЦІЇ ТА НАСІННИЦТВА ЗЕРНОВИХ КУЛЬТУР У НАУКОВО-ДОСЛІДНИХ УСТАНОВАХ УКРАЇНИ

Доведена важливість системного підходу до розгляду питань ефективності функціонування селекції та насінництва зернових культур у науково-дослідних установах, за яким важливим є врахування господарських операцій на всіх стадіях процесів зазначених галузей. Наголошується на доцільності активізації процесів селекції та насінництва зернових культур на основі опрацювання маркетингових принципів діяльності. Доводиться важливість врахування положень теорії конкуренції й фірми під час формування та реалізації стратегії і тактики НДУ. Підтверджується важливість належного організаційно-економічного забезпечення зазначених господарських процесів. Обґрунтовано напрями підвищення ефективності селекції та насінництва зернових культур. У межах опрацювання функціонального підходу до забезпечення господарської діяльності науково-дослідних установ визначено механізми організаційно-економічного забезпечення виробництва та реалізації доbazового та базового насіння.

Ключові слова: організаційно-економічне забезпечення, виробництво, реалізація, доbazове та базове насіння зернових культур, науково-дослідні установи, підвищення ефективності.

DANYLKO I.

National Scientific Center "Institute of Agrarian Economy", Kyiv

DIRECTIONS AND MECHANISMS OF IMPROVEMENT ORGANIZATIONAL AND ECONOMIC PROVIDING SELECTION AND SEEDING OF CEREALS IN SCIENTIFIC RESEARCH INSTITUTIONS OF UKRAINE

The importance of the system approach of issues of the efficiency of the functioning of the selection and seed-growing of cereals in scientific research institutions is reasoned, according to which it is important to take into account economic operations at all stages of the processes of the branches. The expediency of activating the processes of selection and seed-growing of cereals on the basis of mastering of marketing principles of activity is noted. The necessity of taking into account the provisions of the theory of competition and firm in the formation and implementation of the strategy and tactics of scientific research institutions is proved. The importance of proper organizational and economic providing of these economic processes is confirmed. The directions of increasing of the efficiency of selection and seed-growing of cereals have been substantiated. The mechanisms of organizational and economic providing of production and realization of primary and basic seeds have been determined within the framework of elaboration of a functional approach to ensuring the economic activity of scientific research institutions.

Key words: organizational and economic providing, production, realization, primary and basic seeds of cereals, scientific research institutes, increasing of the efficiency.

Постановка проблеми. Науково-дослідні установи (НДУ) є окремою групою суб'єктів господарювання, яким властива специфіка щодо порядку фінансового забезпечення вирішення завдань власного розвитку. Це обумовлено особливостями фінансування їх діяльності, коли одна частина коштів надається державою (для виконання науково-дослідної тематики за фундаментальним та прикладним напрямами досліджень), а друга частина отримується від споживачів (внаслідок реалізації власної продукції або послуг, одним з елементів якої є доbazове та базове насіння зернових культур). Саме в ході вирішення проблеми збільшення частки та обсягу власно зароблених коштів, науково-дослідні установи повинні свою діяльність підпорядковувати під ринкові вимоги, за рахунок посилення контакту зі споживачами. Опанування ринковими засадами здійснення господарської діяльності тісно мірою пов'язано з її належним організаційно-економічним забезпеченням. У зв'язку із цим, актуальним у науковому та практичному відношенні є вибір теми даної статті та переліку її питань.

Аналіз останніх досліджень, у яких започатковано вирішення проблеми. Визначення ролі підприємницької діяльності та її організаційно-економічного забезпечення було предметом уваги багатьох вчених. Серед іноземних дослідників даних питань можна зазначити таких, як А. Гатаулін [4], В. Кардаш [1], Р. Коуз [2], Н. Г. Менкьою [5], М. Портер [7], П. Самуельсон [8], Дж. Хікс [9], Е. Чемберлін [10], О. Уільямсон [13]. Дослідженню окремих аспектів організаційного та економічного забезпечення здійснення підприємницької діяльності також присвячені наукові праці таких вітчизняних вчених, як О.В. Боднар [12], Ю.О. Лупенко [3], М.Й. Малік [3], Г.А. Орехівський [6], П.Т. Саблук [11], О.М. Шпичак [11, 12] та багатьох інших.

Узагальнення положень наукових робіт вище зазначених авторів дає нам підстави стверджувати про важливість проблеми організаційно-економічного забезпечення функціонування суб'єктів підприємництва, зокрема виробництва та реалізації доbazового та базового насіння.

Мета статті полягає у розкритті напрямів та механізмів удосконалення організаційно-економічного забезпечення виробництва та реалізації доbazового та базового насіння зернових культур у науково-дослідних установах України.

Виклад основного матеріалу. Однією з відмінностей діяльності науково-дослідних установ в ринкових умовах є необхідність вирішення питання додаткового фінансування, що пов'язано зі збільшенням обсягу реалізації продукції або послуг. Здійснення ефективної господарської діяльності НДУ повинно виходити із розуміння закономірностей їх функціонування на ринку. Відносно нашого предмету уваги слід зазначити її тісну пов'язаність із теорією фірми та теорією конкуренції. У зв'язку з цим усвідомлення відправних позицій даних теорій сприятиме підвищенню ефективності їх функціонування на ринку.

Певну частину коштів НДУ отримують для виконання державного завдання зі здійснення науково-дослідних робіт фундаментального та прикладного характеру. Під цю діяльність державою здійснюється фінансування у межах можливостей державного бюджету. Проте навіть цієї суми не вистачає для здійснення повноцінних наукових досліджень для компенсації витрат та фінансування інших завдань розвитку. Науково-дослідним установам слід приділяти значну увагу збільшенню частки власно зароблених коштів, керуючись при цьому ринковими принципами у своїй роботі.

Під час вирішення завдання забезпечення ефективного функціонування суб'єктів економіки, зокрема науково-дослідних установ, у ринкових умовах корисним є розуміння теоретичних основ, що значною мірою пов'язано з теорією фірм (організацій). В цілому теорія фірми (Theory of the Firm) розглядає особливості визначення цілей розвитку та прийняття господарських рішень фірмами залежно від впливу чинників зовнішнього середовища. Залежно від рівня прибутковості роботи цілями фірм можуть бути максимізація прибутку, мінімізація витрат. Ці цілі можна назвати як цілі першого порядку. Якщо у фірми налагоджена робота, то нею розглядається питання підвищення прибутковості її господарської діяльності. Така постановка цілі не може розглядатись фірмою, що має збиткові результати роботи, для виправлення яких, у першу чергу, її керівництвом буде ставитись завдання мінімізації витрат. Крім цілей першого порядку, фірми приймають рішення по інших цілях, т.з. цілей другого порядку. Це може бути питання обсягів виробництва продукції, послуг, розподілу товарного асортименту, встановлення рівнів цін на різні товари (послуги), визначення пріоритетних споживачів та товарних ринкових сегментів діяльності тощо.

Теорія фірм є багатогранною теорією. Дослідниками виділяється різна кількість наукових шкіл та наукових підходів до дослідження теорії фірми. У межах поточної статті зупинимось на трьох підходах до характеристики фірми – технологічному, інституційному та моделювання (оптимізаційному).

Основою дослідження фірми за технологічним підходом (Хикс Дж. [9], Чемберлін Е. [10]) є неокласичний розгляд мікроекономічних процесів. Даний підхід також має назву функціонального, оскільки ґрунтується на способі аналізу прийняття управлінських рішень фірмою. Він ґрунтується на припущенні про можливість визначення функції як закономірності з отримання максимально можливої кількості продукції в результаті комбінування наявних факторів виробництва, з урахуванням фактичного організаційного та техніко-технологічного рівня розвитку фірми. Факторами виробництва науково-дослідних установ України, як і більшості фірм, є праця, земля, капітал та підприємницька здібність. Зазначену функцію у межах даного підходу називають виробничою. Теоретична проблема за даним підходом полягає у визначенні особливостей впливу чинників зовнішнього середовища та в обґрунтуванні оптимального співвідношення між витратами та випуском продукції. Однією з ключових позицій неокласичного розгляду фірми є поділ функцій між фірмою та ринком. За фірмою закріплюється функція виробництва товару, у той час як за ринком – функція обміну товарів між фірмами.

Однією із центральних проблем при технологічному підході розгляду фірми є проблема визначення її оптимального розміру. Загально визнаним є ефект зростаючої віддачі від масштабу господарської діяльності або ефект економії на масштабах виробництва. В господарській практиці збільшення прибутковості зі збільшенням масштабів виробництва стикається із проблемою погіршення керованості, відповідно чого важливим є збалансування розміру господарської одиниці, обсягу отриманого прибутку та рівня керованості нею. Досягнення зазначеного стану господарюючим суб'єктом характеризує ситуацію із можливістю максимального використання ефекту масштабу виробництва. Наприклад, для науково-дослідної установи-виробника базового та базового насіння ефект масштабу буде використаний повністю, за отримання максимального рівня урожайності та обсягів виробництва за різними репродукціями сортів сільськогосподарських культур на наявній площі ріллі за повного (у межах технологічних селекційних вимог) використання сільськогосподарської техніки. За цих умов збільшення ефекту масштабу буде потребувати оренди додаткової земельної площі, у свою чергу, для обробітку якої та отримання додаткової селекційної продукції слід на умовах оренди або купівлі придбати додаткові одиниці спеціальної селекційної та сільськогосподарської техніки.

Розгляд фірми, за технологічним підходом, відбувається за принципом «чорного ящика», на «вході» якого є різне співвідношення ресурсів або факторів виробництва, а на «виході» – певна кількість товару або продукції. При цьому слід відзначити, що у межах даного підходу, як правило, не дається пояснення того, що відбувається всередині такого чорного ящика.

Окремим напрямом інституційної теорії є окрема теорія фірми, яка виникла як альтернатива до неокласичного або технологічного підходу (Коуз Р. [2], Уільямсон О. [13]). Одними з ключових питань даного підходу вже виступає не максимізація розмірів фірми та обсягу отриманого нею прибутку. Предметом уваги представників даного підходу вже є сама фірма, витоки її виникнення, закономірності

функціонування й розвитку та причини зникнення. У межах даного підходу фірма розглядається як специфічний економічний інститут, процес та результати функціонування якого залежать від таких понять, як спосіб організації внутрішньої структури, опортуністична поведінка, асиметричність інформації, трансакційні витрати, особливості укладання та виконання контрактів тощо.

Особливість організації внутрішньої структури фірм та кількість структурних підрозділів залежать від масштабів виробництва та специфіки технологічних процесів. Наприклад, для науково-дослідної установи, що здійснює роботи з селекції на насінництва однієї зернової культури, доцільним буде наявність одного технологічного підрозділу зі спеціалізованого виконання зазначених робіт, в доповнення до якого установою можуть бути організовані допоміжні обслуговуючі підрозділи. У випадку проведення досліджень з селекції на насінництва по одній культурі, але вже у різних кліматичних зонах (підзонах), що розташовані на далекій відстані між собою, доцільним в організаційному відношенні вже є створення декількох підрозділів, залежно від кількості селекційних та виробничих ділянок по кліматичних підзонах.

Дослідниками інституційної теорії фірми відзначено, що суттєвим чинником ефективності функціонування фірм на ринку є зацікавленість працівників у результатах своєї роботи. В цьому відношенні слід відзначити, що багато сучасних фірм представляють собою багаторівневі розгалужені структури, де для представників кожного виробничого або управлінського рівня характерною є наявність властивих для них інтересів. Одне з протиріччя може полягати у наступному, що більш вищий рівень керівництва прагне передати більший обсяг роботи на більш нижчий рівень, який, у свою чергу, буде чинити супротив таким діям. В цьому відношенні для вищого рівня керівництва важливим є моніторинг можливої опортуністичної поведінки та консолідація (у тому числі за рахунок матеріального стимулювання) різних рівнів управління та працівників на ефективне виконання цілей фірми.

Суттєвою ринковою проблемою, що відзначається представниками інституційної теорії, є проблема асиметричної інформації, що характеризує собою ситуацію, за якої серед потенційних учасників контракту (угоди) одна сторона на відміну від іншої володіє важливою інформацією про кількість та якість товару. Ринки, на яких одні учасники знають про товари більше ніж інші учасники, є ринками з асиметричною інформацією. Здебільшого більшою інформацією про товар володіє його продавець, а меншою – покупець. Проблема асиметричності інформації є небезпечною проблемою як для ринку, так і для задоволення потреб споживачів. Одним з результатів наявності асиметричності інформації на ринку буде витіснення високоякісних товарів низькоякісними, що визначається як «негативний відбір». Внаслідок цього результатом безконтрольності асиметричної інформації може бути витіснення якісних товарів з ринку. В цьому відношенні важливою є роль держави, яка повинна бути на захисті фірм, що виробляють якісний товар. Механізмами зменшення негативного відбору є: стандартизація, сертифікація продукції, введення торговельних марок. Виробникам високоякісної продукції доцільно використовувати наступні ринкові принципи боротьби з недобросовісною конкуренцією:

– принцип складнодоступності підробки – споживачі більше довіряють виробникам такого товару, який складно або не доцільно підробити;

– принцип повного розкриття інформації про товар та фірму. Якщо одним з провідних учасників ринку з певним рівнем попиту використовується повна інформація про характеристику товару та фірму, то це привертає до нього довіру додаткових споживачів і примушує інших учасників ринку на аналогічні кроки. Використання даного принципу сприяє усуненню з ринку неякісних товарів.

Представниками інституційної теорії, зокрема Р. Коузом [2] зазначається, що фірми є доповненням ринку, які ними розглядаються як альтернативні способи економічної організації. Кожний підприємець визначає, в який спосіб для нього більш раціональним та ефективним буде здійснення угоди: шляхом здійснення ринкової трансакції або за рахунок створення фірми та переведення зовнішніх ринкових трансакцій у внутрішні. У межах даної теорії робиться акцент на важливості врахування трансакційних витрат або витрат з укладення угод. У свою чергу, у кожній угоді важливим є регламентування порядку та обсягу передачі прав власності та обов'язків й повноважень сторін тощо.

Останніми десятиріччями вагомості набирає підхід з формування моделей фірм, моделювання різних господарських процесів та вирішення оптимізаційних задач їх функціонування. Представниками даного підходу акцент вже робиться саме на визначенні порядку комбінування ресурсів та визначенні оптимальних пропорцій такого комбінування (Гатаулін А.М. [4], Кардаш В.А. [1]).

Підвищення ефективності господарської діяльності наукових установ у виробництві та реалізації базового та базового насіння зернових культур тісною мірою пов'язане з опануванням ринкових принципів та механізмів у їх роботі. Важливим у цьому є вивчення ключових позицій такого теоретичного напрямку, як теорія конкуренції.

Конкуренція є ключовим елементом системи ринкових відносин. Ринки характеризуються через розвиток конкуренції та конкурентних відносин. Г. А. Орехівський [6] зазначає, що конкуренція є економічним важелем, що активізує економічні процеси, вводить фактор змагальності щодо доступу до обмежених ресурсів суспільства.

Виникнення і розвиток конкуренції відбувається в процесі розвитку простого товарного виробництва. М. Портер [7] акцентує увагу на тому, що становлення діючої сили конкуренції

супроводжується розвитком обмінних процесів, виникненням грошей та приватної власності. Процес становлення капіталістичного способу виробництва в сільському господарстві супроводжувався зміною відрочної форми земельної ренти на грошову. Виробники сільськогосподарської продукції ставали все більше залежними від ринку та його коливань. Для забезпечення власної життєдіяльності їм доводилось слідкувати за змінами ринкових цін та прагнути проявляти кмітливість для більш успішного продажу виробленої продукції. В цей час відзначається активний розвиток конкуренції та конкурентних відносин.

Конкуренція є важливою складовою ринкового механізму, рушійною силою підприємництва. Узагальнення робіт зарубіжних авторів (Менкью Н.Г. [5], Портера М. [7], Самуельсона П. [8]), вітчизняних (Боднар О. В., Лупенка Ю.О., Маліка М.Й., Орехівського Г.А., Шпичака О.М., Саблука П.Т. [3, 6, 11, 12]) та інших дозволяє сформулювати основні умови розвитку конкуренції та формування конкурентного середовища, зокрема:

- економічна виокремленість та свобода суб'єктів ринкової економіки щодо вибору напрямів та порядку здійснення господарської діяльності;
- наявність значної кількості рівноправних та самостійних господарських одиниць, що функціонують на ринку;
- можливість та вміння отримати доход, що переважає витрати, за результатами господарської діяльності;
- можливість використання законодавчо визначеної частки доходу на власний розсуд;
- розвиток інформаційної інфраструктури та вільного доступу всіх учасників ринку до необхідної інформації;
- наявність нормативно-правової бази та інституційного забезпечення (норм, правил та методів господарювання) з антимонопольного регулювання та забезпечення розвитку конкуренції.

Саблуком П.Т., Шпичаком О.М. [11] та іншими підкреслюється, що конкуренція є вагомою рушійною силою розвитку економіки, складовою її господарського механізму. Конкуренція становить собою економічне суперництво та боротьбу між суб'єктами господарювання за більш вигідні умови купівлі сировини, товару та умови їх реалізації, за привласнення більшого рівня отриманого доходу в суспільстві за рівнями виробництва суспільного продукту. Конкуренція є об'єктивним економічним законом розвинутого товарного виробництва, що впливає на суб'єктів господарювання як зовнішня примусова сила.

Лупенком Ю.О. та Маліком М.Й. [3] зазначається, що становлення капіталізму супроводжувалось активізацією конкуренції. Результатом розвитку цих взаємопов'язаних процесів було урізноманітнення об'єктів конкуренції. Це включення в сферу її дії поряд із сферою виробництва товарів, також і сфери послуг, об'єктів інтелектуальної власності, нових ринків та відповідних ним видів продукції. Ними також доводиться, що результатом розвитку конкурентних відносин стало урізноманітнення їх суб'єктів, які довели ефективність своєї роботи на ринку, а це □ в першу чергу держава та такі нові форми бізнесу як корпорації, синдикати, трести, картелі, конгломерати тощо. В цей період відзначається трансформація вільної конкуренції на регульовану.

Конкуренція як механізм проявляється через свої функції. Узагальнення наукових джерел [5, 6, 7, 8] дозволяє виділити такі функції конкуренції:

- 1) розподільча – зумовлює раціональний розподіл ресурсів в процесі здійснення господарської діяльності всередині суб'єктів ринкової економіки та між галузями економіки;
- 2) економії – обумовлює прагнення більш дешевої купівлі ресурсів;
- 3) активізуюча (стимулююча) – зумовлює підвищення ефективності господарської діяльності на маркетингових засадах з урахуванням вимог та можливості купівлі кінцевим споживачем;
- 4) адаптації – обумовлює майстерність пристосування до зміни ринкових умов;
- 5) інноваційна – обумовлює постійне дотримання вимог щодо пошуку та здійснення якісного техніко-технологічного, організаційного оновлення господарської діяльності для забезпечення підвищення ефективності, продуктивності праці та рівня конкурентоспроможності господарської діяльності;
- 6) пошуково-якісна – націлює суб'єктів пропозиції на пошук нових потреб споживачів та підвищення якості задоволення існуючих потреб.

Як за тематикою наукових досліджень, так і по госпрозрахунковій діяльності науково-дослідні установи спеціалізуються на різних питаннях, одними з яких є сукупність питань зі створення нових сортів зернових культур та збільшення обсягів виробництва добавового насіння таких сортів та виробництва й реалізації їх елітних репродукцій. Керівному складу НДУ слід усвідомлювати, що цілі діяльності ринкових суб'єктів можуть бути різними, але їх загальне спрямування полягає у збереженні або посиленні своїх позицій на ринку. Будь-яка ціль повинна бути формалізована. Тому і ціль відносно збереження та посилення ринкових позицій також потребує чіткого формулювання. Посилення ринкових позицій може бути виражене у збільшенні площі землекористування НДУ, збільшенні кількості сортів, обсягу отриманого прибутку і норми прибутку та частки ринку, що володіє НДУ за добавовим та базовим насінням зернових культур.

Науково-дослідні установи при здійсненні своєї господарської діяльності повинні керуватись ринковими принципами та прагнути підвищити рівень конкурентоспроможності своєї продукції, що вони пропонують на ринку. Напрями підвищення рівня конкурентоспроможності продукції селекції та насінництва у науково-дослідних установах України представлені на рис. 1.

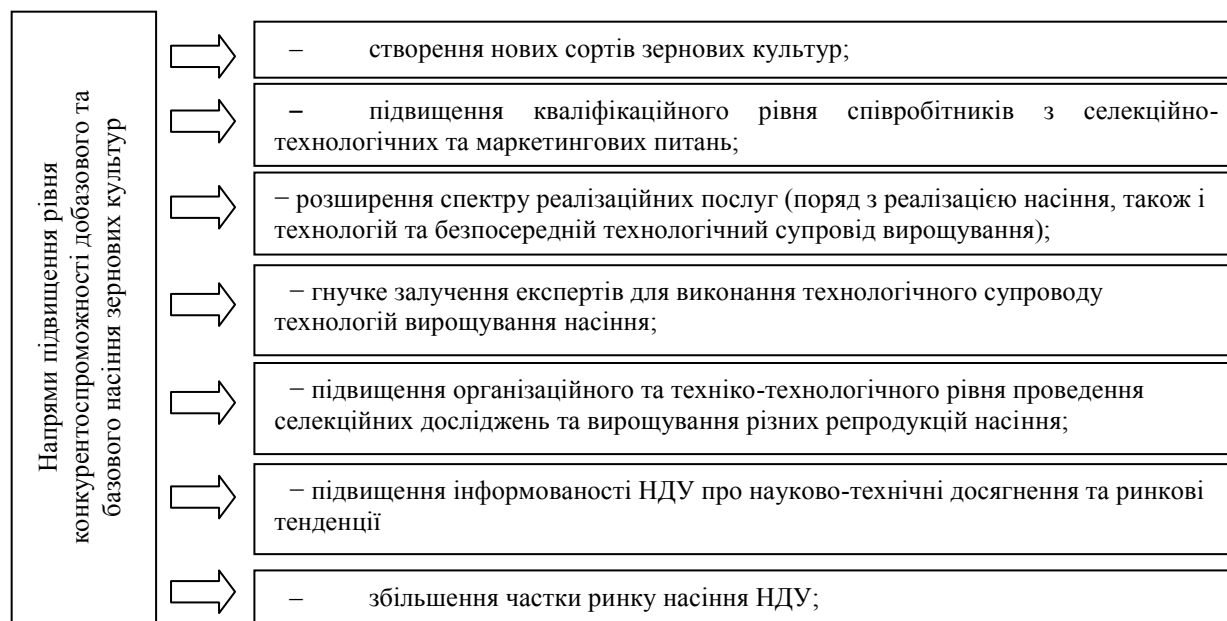


Рис. 1. Напрями підвищення рівня конкурентоспроможності добазового та базового насіння зернових культур у науково-дослідних установах України

* Джерело: сформовано автором

Виробництво добазового насіння є базовою проміжною ланкою між створенням батьківських форм (в економічному вираженні – витратна частина селекційних робіт) та елітних репродукцій (в економічному вираженні – витратна та дохідна частини). В ринкових умовах власники сортів прагнуть зберігати своє право власності та обмежено здійснюють реалізацію добазового насіння, яке використовується для виробництва базового насіння. Базове насіння є активним елементом реалізаційної політики суб'єктів селекції та насінництва. Переважною мірою відшкодування селекційних витрат по всіх сортозразках стає можливим за факту реалізації певного обсягу базового насіння. Відносно такої особливості важливістю в НДУ відзначається опанування системного підходу шляхом врахування вартісної складової всіх ланок процесів селекції та насінництва.

Основна ідея нашої статті полягає у доведенні важливості опанування науковими установами ринкових принципів роботи на ринку насіння зернових культур. В цьому відношенні важливим є не тільки визначення із параметрами виробництва та оптимальними пропорціями комбінування ресурсів, але й і у проведенні належного організаційно-економічного забезпечення процесів виробництва та реалізації насіння, що представлені у таблиці 1.

Науково-дослідні установи, здійснюючи господарську діяльність, витрачають ресурси для виробництва добазового та базового насіння зернових культур. Специфіка селекційного процесу в цілому полягає у тому, що новий сорт отримується на базі кращих сортових зразків. Але витрати здійснюються по всіх сортових зразках, з яких буде відібрано один (декілька), що стануть основою нового сорту, який буде реалізовуватись і сприяти відшкодуванню понесених на селекційний процес витрат. У зв'язку з цим важливим є обов'язкове врахування всіх витрат та їх розподіл по сортах, які користуються попитом на ринку. Одна з особливостей ринкового підходу у селекції на насінництві зернових культур полягає у точності врахування всіх понесених витрат та визначенні порядку їх розподілу за ринково пріоритетними сортами.

Висновки. Доведена важливість системного підходу при розгляді питань ефективності функціонування селекції та насінництва зернових культур у науково-дослідних установах, за яким важливим є врахування господарських операцій по всіх стадіях процесів селекції та насінництва.

Підтверджується, що теорія ринкової конкуренції має широке практичне застосування, а вивчення конкуренції є однією з найважливіших складових частин ринкових досліджень, яка створює основу для вироблення стратегії і тактики діяльності суб'єктів підприємництва на ринку. При формуванні стратегії та тактики суб'єктів селекції та насінництва важливим є врахування положень існуючих теорій фірм (неокласичної, інституційної, моделювання), окремі положення яких розкривають закономірності функціонування ринків насіння та доцільні підходи при прийнятті управлінських рішень НДУ на них.

Наголошується на важливості активізації процесів селекції та насінництва у науково-дослідних установах України. Напрями підвищення ефективності господарської діяльності у селекції та насінництві зернових культур, поряд із створенням нових сортів, є підвищення організаційного та техніко-технологічного рівня проведення селекційних досліджень та процесів виробництва добазового та базового насіння, підвищення кваліфікаційного рівня персоналу та активізації маркетингових підходів у реалізації насіння. Запорукою підвищення ефективності процесів виробництва та реалізації насіння є належне

організаційно-економічне забезпечення здійснення всіх господарських процесів в НДУ. У межах опрацювання функціонального підходу до забезпечення господарської діяльності науково-дослідних установ визначено механізми організаційно-економічного забезпечення виробництва та реалізації доbazового та базового насіння.

Таблиця 1

Функціональне узгодження порядку удосконалення організаційно-економічного забезпечення виробництва та реалізації доbazового і базового насіння зернових культур у науково-дослідних установах України

Функції управління	Суть функцій		
	Управління НДУ	Особливості прояву по доbazовому та базовому насінню зернових культур	
		Виробництво та реалізація	Механізми організаційно-економічного забезпечення виробництва та реалізації
Планування	Визначення загальної стратегічної та основних цілей розвитку НДУ, в реалізацію яких планується співвідношення між загальними витратами по установі, обсягом бюджетного фінансування та суми надходжень від реалізації продукції за її видами	Планування параметрів виробництва доbazового та базового насіння зернових культур: обсягу виробництва та реалізації репродукції доbazового та базового насіння за сортами, необхідних для цього ресурсів та результатів господарської діяльності	Планування: - джерел та обсягів фінансового забезпечення виробництва (бюджетних та позабюджетних коштів); - рівнів цін та результатів господарської діяльності від реалізації за сортами; - організаційно-технологічного порядку здійснення селекційного процесу та виробництва доbazового та базового насіння; - організаційно-договірного порядку оформлення документів з купівлі ресурсів, розподілу внутрішніх витрат, реалізації насіння
Організація	Реалізація організаційних заходів з виконання намчених планових завдань за бюджетним та госпрозрахунковим напрямками діяльності	Реалізація організаційних заходів за комплексом технологічних процесів зі створення сортів зернових культур, виробництва і реалізації їх доbazового та базового насіння	Підбір більш кваліфікованого персоналу НДУ та зовнішніх експертів для кадрового забезпечення виробництва (укладення внутрішніх та зовнішніх угод). Вибір більш вигідних цін на ресурси та здійснення організаційних заходів з їх закупівлі. Укладення угод з реалізації доbazового та базового насіння за більш вигідними цінами.
Облік, аналіз, контроль	Ведення обліку аналізу та контролю за всіма складовими наукової та господарської діяльності установи	Ведення обліку аналізу та контролю у виробництві доbazового та базового насіння зернових культур	Проведення організаційних заходів з порядку ведення обліку, аналізу та контролю (включаючи ведення документів, визначення персональних відповідальних)
Регулювання	Визначення відхилень у плані здійснення наукової й господарської діяльності та порядку їх коригування для забезпечення досягнення запланованих результатів	Визначення відхилень у плані виробництва доbazового та базового насіння зернових культур та порядку їх коригування для забезпечення досягнення запланованих результатів	Визначення відхилень у плані організаційно-економічного забезпечення виробництва доbazового та базового насіння зернових культур (відхилення у рівнях запланованих цін на ресурси та продукцію; положень внутрішніх трудових угод та торговельних угод (контрактів), які не виправдали себе) та порядку їх коригування для забезпечення досягнення запланованих результатів

* Джерело: сформовано автором

Література

- Кардаш В.А. Экономика оптимального погодного риска в АПК / Кардаш В.А.. – М. : Агропромиздат, 1989. – 167 с.
- Коуз Р. Фирма, рынок и право / Р. Коуз; [пер. с англ.]. – М. : Новое издательство, 2007. – 224 с.
- Лупенко Ю.О. Развитие підприємництва та відносин власності / Ю.О. Лупенко, М.Й. Малік // Соціально-економічні засади розвитку сільських територій (економіка, підприємництво і менеджмент) : монографія / [Малік М.Й., Кропивко М. Ф., Булавка О. Г. та ін.]; за ред. М. Й. Маліка. – К. : ННЦ ІАЕ, 2012. – С. 98–127.
- Математическое моделирование экономических процессов в сельском хозяйстве [А.М. Гатаулин; Г.В. Гаврилов, Т. М. Сорокина и др.]; под ред. А.М. Гатаулина. – М. : Агропромиздат, 1990. – 432 с.

5. Мэнкью Н. Г. Принципы экономикс / Н. Г. Мэнкью. – 2-е изд., сокращ. – СПб : Питер, 2001. – 496 с.
6. Орехівський Г. А. Конкуренція і монополія / Г.А. Орехівський // Економічна теорія : навч. посібн. / [за ред. В.О. Білика, П.Т. Саблука] ; 4-е вид. , перероб. та доп. – К. : ННЦ ІАЕ, 2004. – С. 158–170.
7. Портер М. Конкуренція / Потрер М. ; пер. с англ. – М. : Вильямс, 2005. – 608 с.
8. Самуельсон П. Економіка / П. Самуельсон ; [за ред. О. Лищишина]. – Львів : Світ, 1993. – 495 с.
9. Хикс Дж. Р. Годовой обзор экономической теории : теория монополии / Дж. Р. Хикс // Вехи экономической мысли. Том 2. Теория фирмы / под ред. В. М. Гальперина. – СПб : Экономическая школа, 2000. – С. 329–353.
10. Чемберлин Э. Пропорциональность, делимость и экономия от масштаба / Э. Чемберлин // Вехи экономической мысли. Т. 2. Теория фирмы / под ред. В. М. Гальперина. – СПб : Экономическая школа, 2000. – С. 243–279.
11. Шпичак О. М. Ціни, витрати, прибутки агровиробництва та інфраструктура продовольчих ринків України / О.М. Шпичак, П.Т. Саблук, В.П. Ситник, З.П. Ніколаєва, В.П. Білаш. – К. : ІАЕ, 2000.
12. Шпичак О.М. Проблеми ємності внутрішнього споживчого ринку сільськогосподарської продукції та продовольства в Україні у контексті купівельної спроможності населення / О.М. Шпичак, О.В. Боднар // Економіка АПК. – 2013. – № 6. – С. 5–13.
13. Williamson O. E. The Theory of the Firm as Governance Structure: From Choice to Contract / Oliver E. Williamson // The Journal of Economic Perspectives. – Summer, 2002. – V. 16. – № 3 – P. 171–195.

References

1. Kardash V.A. Ekonomika optimalnogo pogodnogo riska v APK / Kardash V.A.. – М. : Agropromizdat, 1989. – 167 s.
2. Kouz R. Firma, ryinok i pravo / R. Kouz ; [per. s angl.]. – М. : Novoe izdatelstvo, 2007. – 224 s.
3. Lupenko Yu. O. Rozvytok pidpriemnytstva ta vidnosyn vlasnosti / Yu. O. Lupenko, M.I. Malik // Sotsialno-ekonomichni zasady rozvytku silskykh terytorii (ekonomika, pidpriemnytstvo i menedzhment) : monohrafiia / [Malik M.I., Kropyvko M. F., Bulavka O. H. ta in.]; za red. M. Y. Malika. – К. : NNTs IAE, 2012. – S. 98–127.
4. Matematicheskoe modelirovanie ekonomicheskikh protsessov v selskom hozyaystve [A.M. Gataulin; G.V. Gavrilov, T. M. Sorokina i dr.] ; pod red. A.M. Gataulina. – М. : Agropromizdat, 1990. – 432 s.
5. Menkyu N. G. Printsipyi ekonomiks / N. G. Menkyu. – 2-е изд., sokrasch. – SPb : Piter, 2001. – 496 s.
6. Orekhivskiy H. A. Konkurentsiia i monopoliiia / H.A. Orekhivskiy // Ekonomichna teoriia : navch. posibn. / [za red. V.O. Bilyka, P.T. Sabluka] ; 4-е vyd. , pererob. ta dop. – К. : NNTs IAE, 2004. – S. 158–170.
7. Porter M. Konkurentsiia / Potrer M. ; per. s anhl. – М. : Vyliams, 2005. – 608 s.
8. Samuelson P. Ekonomika / P. Samuelson ; [za red. O. Lyshchyshyna]. – Lviv : Svit, 1993. – 495 s.
9. Hiks Dj. R. Godovoy obzor ekonomicheskoy teorii : teoriya monopolii / Dj. R. Hiks // Vehi ekonomicheskoy myisli. Tom 2. Teoriya firmyi / pod red. V. M. Galperina. – SPb : Ekonomicheskaya shkola, 2000. – S. 329–353.
10. CHemberlin E. Proportsionalnost, delimost i ekonomiya ot masshtaba / E. CHemberlin // Vehi ekonomicheskoy myisli. T. 2. Teoriya firmyi / pod red. V. M. Galperina. – SPb : Ekonomicheskaya shkola, 2000. – С. 243–279.
11. Shpychak O. M. Tsiny, vytraty, prybutky ahrovyrbynnytstva ta infrastruktura prodovolchykh rynkiv Ukrainy / O.M. Shpychak, P.T. Sabluk, V.P. Sytnyk, Z.P. Nikolaieva, V.P. Bilash. – К. : ІАЕ, 2000.
12. Shpychak O.M. Problemy yemnosti vnutrishnoho spozhyvchoho rynku silskohospodarskoi produktsii ta prodovolstva v Ukraini u konteksti kupivelnoi spromozhnosti naselennia / O.M. Shpychak, O.V. Bodnar // Ekonomika APK. – 2013. – № 6. – S. 5–13.
13. Williamson O. E. The Theory of the Firm as Governance Structure: From Choice to Contract / Oliver E. Williamson // The Journal of Economic Perspectives. – Summer, 2002. – V. 16. – № 3 – P. 171–195.

Рецензія/Peer review : 02.05.2018

Надрукована/Printed : 04.06.2018

Рецензент: прорецензовано редакційною колегією

УДК: 378

КОВАЛЬЧУК С. В.,
ЗАБУРМЕХА Є. М.,
ЯРЕМЧУК Т. В.

Хмельницький національний університет

СУЧАСНІ ТРЕНДИ МАРКЕТИНГУ ГОСТИННОСТІ

У статті розглянуто еволюцію гостинності в Україні. Досліджено специфіку маркетингу у сфері гостинності, приділено увагу обґрунтуванню системи маркетингових інструментів у сфері гостинності. Визначено особливості використання «маркетинг-міксу» в даній галузі та перспективи його застосування на практиці з урахуванням розвитку інновацій. Розглянуті особливості використання маркетингу відносин у сфері гостинності та визначені п'ять рівнів взаємин готелів зі споживачами. Проаналізовані різні форми об'єднання підприємств гостинності і управління ними, включаючи готельні ланцюги, консорціуми, сімейства і асоціації, об'єднання на основі франчайзингу, спільні готельні підприємства.

Ключові слова: індустрія гостинності, маркетинг-мікс, товар, ціна, просування, місце, процес, персонал, сфера послуг, цільовий ринок.

KOVALCHUK S.,
ZABURMEKHA YE.,
YAREMCHUK T.
Khmelnitskyi National University

MODERN TRENDS OF MARKETING HOSPITALITY

The article considers the evolution of hospitality in Ukraine. The specifics of marketing in the field of hospitality were investigated and attention was paid to the justification of the system of marketing tools in the field of hospitality. The features of the use of «marketing mix» in this field and the prospects of its application in practice taking into account the development of innovations are determined. Features of marketing of relations in the sphere of hospitality are considered and five levels of hotel-customer relations are defined. The various forms of the association of hospitality enterprises and their management are analyzed, including hotel chains, consortiums, families and associations, franchising association, joint hotel enterprises. In recent decades the following trends were outlined in the development of hospitality facilities: the formation of new directions in the provision of services in the field of hospitality; deepening of the specialization of institutions in the field of hospitality; creation of international chains of hospitality establishments; improvement of forms of work and introduction of achievements of scientific and technological progress; the use of digital marketing to maximize the reach of real and potential consumers. In today's world of hospitality, techniques of digital marketing are widespread used. Digital marketing is the transfer of all aspects of traditional marketing to the field of e-business. It combines many forms and activities.

Keywords: hospitality industry, marketing mix, product, price, promotion, place, process, personnel, service sector, target market.

Постановка проблеми. Сучасна індустрія гостинності протягом останніх років впевнено утримує рейтинг першості за популярністю як у великих інвесторів, так і у дрібних і навіть підприємців-початківців. Адже головна особливість готельного бізнесу полягає в тому, що зростання його не припиняється навіть під час глобальної економічної кризи. Як би не йшли справи в економіці, а середній клас в усьому світі не відмовляє собі в подорожах під час літніх і різдвяних канікул. До того ж, завдяки глобалізації економіки, розвиваються і міцніють економічні зв'язки між країнами, галузями і компаніями. Ці основні тренди і визначають перспективи готельного бізнесу як розвитку існуючого готельного господарства та освоєння його нових сегментів.

Сфера готельного бізнесу в Україні характеризується динамічним розвитком та стає важливим чинником культурного та економічного розвитку країни. Індустрія гостинності, заснована на задоволенні комплексу матеріальних, соціальних та духовних потреб особистості, за допомогою сервісної діяльності формує рекреаційне та культуристворююче середовище, забезпечуючи відновлювальні функції людської життєдіяльності.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Особливості маркетингу у сфері послуг та управління підприємством на основі маркетингу відносин досліджувались у працях зарубіжних науковців, таких як Т. Амблер, Н. Вудкок, П. Гембл, Я.Х. Гордон, К. Грьонрус, Дж.Р. Еванс, П. Дойль, Ф. Котлер, Ж.-Ж. Ламбен, М. Портер та ін. Значну увагу приділено цим питанням у фундаментальних дослідженнях російських та вітчизняних науковців – Г.Л. Азоева, Г.Л. Багієва, А.В. Войчака, Л.О. Іванової, С.В. Мельниченко, І.В. Немчина, Є.В. Песоцької, Т.О. Примак, Л.Ф. Романенко, Н.Д. Свірідової, Т.І. Ткаченко, Л.М. Шульгіної та ін.

Дослідженню аспектів маркетингу в готельно-ресторанному бізнесі присвячені праці таких вчених-маркетологів, як Б.Ф. Заблоцький, О. Кирилова, В.С. Новиков, В.А. Смолій, В.К. Федорченко, В.І. Цибух. У зазначених працях авторів аналізується стан сучасної туристичної галузі, висвітлюються проблеми застосування маркетингових концепцій управління.

Метою статі є визначення сучасних трендів маркетингу гостинності України.

Виклад основного матеріалу. Історія розвитку бізнесу у сфері гостинності безпосередньо пов'язана з подорожами. Подорожуючи з різною метою та намірами (відвідування святих місць і храмів, олімпійських ігор тощо) люди мали потребу в притулку, харчуванні та відпочинку. Найдавніші згадки про місця для розміщення подорожуючих можна знайти в писемних джерелах Стародавнього Єгипту.

Саме ж поняття «гостинність» має давню етимологію. Англійське слово «hospitality» (гостинність) походить від латинського «hospitium» (госпіції). В основі терміну лежить слово «host» (хазяїн), «hospice» (притулок), «hotel» (палац або будинок палацового типу, призначений для перебування в ньому важливих гостей). За дефініцією з Енциклопедичного словника Ф. Брокгауза і І. Єфрона, гостинність [5] – побутове поняття, що означає особливий вид доброзичливості, хлібосольства господарів під час прийому гостей. За висновком Е. Бенвеніста, поняття отримує своє визначення через установку відносин за моделлю рівності і взаємних обов'язків між іноземцем та римським громадянином [6]. Відповідно до визначення з Популярної біблійної енциклопедії, гостинність – чеснота вельми поширена в давнину навіть між грубими і неосвіченими народами; але особливого розмаху вона набувала в обраного Богом народу [7].

Одним із визначальних факторів формування інфраструктури гостинності на Русі були риси слов'янського темпераменту, особлива увага до гостей, створення для них комфортних умов при розміщенні, забезпечення їх їжею.

Певним поштовхом для розвитку сфери гостинності стало прийняття та затвердження на Русі християнства. На території Давньоруської держави сформувалось кілька потужних релігійних центрів – Софія Київська, Києво-Печерська та Почаївська лаври – які з часом перетворилися на об'єкти релігійного паломництва. Цей чинник сприяв створенню засобів розміщення, передусім для прочан, які відвідували святі місця. Віряни могли знайти притулок у звичайному або спеціалізованому житловому приміщенні – церковному гостинному дворі – що знаходився неподалік великих центрів паломництва – храмів та монастирів.

Уславлений київський князь і мислитель Володимир Всеволодович Мономах (1053–1125) у своїх «Повчаннях» зазначає, що русичі завжди з повагою ставляться до мандрівника-чужоземця, оскільки він, подорожуючи, багато бачить і знає. Тому князь звертається до своїх нащадків: «куди підете і де станете, – напоїте, нагодуйте краще стороннього; а ще більше вшануйте гостя, звідки він до вас [не] прийде, – чи простий, чи знатний чи посол, – якщо не можете дарунком, [то] їжею і питвом. Вони бо, мимоходячи, прославлять чоловіка по всіх землях – або добрим, або лихим» [8, с. 64].

Прийом іноземних гостей київськими князями найчастіше здійснювався у літніх резиденціях, серед яких найбільш відомими були Красний двір Володимира Великого на Печерську та Вишгород біля Києва.

Першими гостинними закладами Київської Русі були постійні двори, що розташовувалися неподалік від стайні, – ями. Згодом у великих містах з'являються більш комфортні та забезпечені необхідним сервісом гостинні двори.

Вже у другій половині XIX ст. Київ стає центром сфери, котрий став надавати вигідні умови для відкриття та організації готельних закладів. Після винаходу залізниці у Києві кількість подорожуючих, що потребують у зупинках та нічлігу, значно збільшується. «Попит породжує пропозицію», що призводить до розбудови нових готелів та дворів.

Саме у цей час починається розвиток готельної та ресторанної справи як єдиного комплексу. Постояльцям пропонується не лише нічліг, але і харчування під час їх зупинок у закладах. Виникають перші заклади харчування, що є складовою частиною готелю. У 1880 р. у Києві активно працювало 15 готелів.

До початку XX ст. лише в одному Києві нараховувалось більше 80 готельно-ресторанних комплексів. Поряд з Києвом за кількістю діючих готелів стояли Одеса, Харків та Ялта. На початку XX ст. у Галичині нараховувалось понад 800 готелів, середня зайнятість у яких становила три особи на один готель. Незначну частку ринку мали заклади, чисельність персоналу яких складала 20 осіб та більше.

Події Жовтневої революції та Першої і Другої Світових війн спричинили негативний вплив на розвиток сфери гостинності України.

Позитивний поштовх подальшому розвитку цієї сфери дала «Хрущовська відлига».

Завдяки державному фінансуванню в Україні відновляють свою справу готельно-ресторанні підприємства та відкриваються нові заклади: турбази, туристичні комплекси, кемпінги, готелі нового типу, притулки, заклади громадського харчування та кав'ярні.

«Готельне господарство» у широкому розумінні включає проживання, харчування та додаткові послуги; у вузькому – лише проживання.

Е. Кріппендорф формулює визначення маркетингу бізнесу гостинності так: «Це систематична зміна й координація діяльності підприємств готельного бізнесу, а також приватної й державної політики в області готельного бізнесу, яка здійснюється за регіональними, національними або міжнародними планами. Мета таких змін у тому, щоб якнайповніше задовольнити потреби певних груп споживачів, враховуючи при цьому можливості отримання відповідного прибутку».

Д.К. Ісмаєв: «Маркетинг є системою торгово-виробничої діяльності, спрямованої на задоволення індивідуальних потреб кожного споживача на основі виявлення й вивчення споживчого попиту з метою одержання максимального прибутку».

Маркетинг може використовуватися як на рівні окремого готелю, так і в діяльності консорціумів, об'єднань на місцевому, регіональному і національному рівнях.

Маркетинг гостинності – це ринково-орієнтоване управління, спрямоване на досягнення мети готелю шляхом ефективнішого, ніж у конкурентів, задоволення потреб туристів (гостей).

На сучасному етапі розвитку світового господарства виникла низка економічних тенденцій, які спричинили кардинальні зміни у сфері гостинності щодо взаємодії маркетингу та управління.

Маркетингова концепція використовується багатьма готелями та передбачає пропозицію клієнтам комплексу послуг високої якості за доступними цінами.

Відповідно до цієї концепції заклади гостинності мають виявляти потреби цільових ринків і враховувати їх у пропонованих послугах краще, ніж це роблять конкуренти.

Цільовий ринок – це ринок, який має низку чітких параметрів, і який використовується готелями для збуту своєї продукції, і забезпечує їй істотний дохід. Особлива увага при цьому приділяється конкретному споживачеві з його індивідуальними потребами і бажаннями, що відбивається в гаслах багатьох готелів в складі їх місії.

Діяльність готелів, що використовують маркетингову концепцію, ґрунтується на постійному оцінюванні стану ринку, виявленні поточних і майбутніх потреб споживачів, обліку альтернатив розвитку в довгостроковій перспективі.

Концепція маркетингу заснована на ефективному використанні комплексу маркетингу 4P або 7P і пов'язує отримання прибутку із задоволенням все зростаючих запитів споживачів. Концепція стратегічного маркетингу спрямована на розробку в готелях стратегічних маркетингових програм, націлених на підвищення ефективності діяльності готелів.

В межах реалізації цих програм:

- формуються стратегічні цілі готелю у сфері маркетингової діяльності;
- здійснюється стратегічний аналіз (аналіз зовнішнього середовища, споживачів і конкурентів);
- запроваджується система маркетингових досліджень;
- провадиться пошук і відбір цільових ринків, включаючи його сегментування і позиціонування послуг;
- відбувається формування стратегічних маркетингових програм (діючі і нові послуги, ціноутворення, реклама і PR, прямі продажі, просування і розподіл);
- здійснюється виконання і контроль стратегічних програм маркетингу.

В основі концепції стратегічного маркетингу лежить орієнтація на задоволення потреб споживачів з одночасним досягненням переваги над конкурентами шляхом створення готельних продуктів з кращими споживчими параметрами за нижчими цінами.

Соціально-етична концепція маркетингу є логічним продовженням концепції стратегічного маркетингу. Маркетинг розглядається в нерозривному його зв'язку з існуючими глобальними проблемами (соціальними, екологічними, етичними, виховними тощо). Концепція спрямована на отримання вигоди шляхом задоволення потреб своїх клієнтів, але без нанесення шкоди суспільству. Суть цієї концепції полягає в тому, що готелі мають задовольняти потреби своїх цільових ринків краще, ніж це роблять конкуренти. Але при цьому їх діяльність повинна бути спрямована на збереження і поліпшення добробуту споживачів і суспільства в цілому.

У довгостроковій перспективі готелі, задовольняючи потреби конкретних клієнтів, мають не забувати про економне витрачання всіх видів ресурсів, збереження і підтримку екологічної рівноваги природного середовища, безпеку своєї діяльності, моральну відповідальність перед партнерами і споживачами, забезпечення спокою місцевого населення і соціального добробуту суспільства в цілому.

Одним із сучасних трендів є створення корпоративних етичних кодексів маркетингової діяльності, які виступають складовою частиною корпоративної культури організації. Корпоративна культура є механізмом впливу на персонал готельного підприємства і включає формальну і неформальну систему цінностей підприємства.

Корпоративна концепція компанії «Ассог» полягає в трьох основних позиціях: поважати гостя; задовольняти потреби гостя; підтримувати корпоративний дух персоналу.

Готельні підприємства незалежної компанії готелів класу «люкс» Kempinski Hotels & Resorts прагнуть до того, щоб бути «еталоном елегантності в готельному бізнесі».

Корпоративна культура готелю «Державна» знайшла відображення в «Кодексі правил», де стверджується: «Обстановка невідомої турботи і комфорту наших гостей, – наше першочергове завдання. Висловлюйте щирі цікавість до кожного гостя, робіть це з ентузіазмом, віддаючи йому свою увагу».

Маркетинг відносин (маркетинг взаємовідносин) застосовується в умовах постіндустріального суспільства з переважним впливом сфери послуг у валовому національному продукті розвинених країн. При цьому основною метою компанії стає не боротьба з конкурентами, а перетворення покупців і конкурентів в союзників (партнерів).

В основі концепції лежить орієнтація на максимальне зміцнення індивідуальних відносин зі споживачами та іншими учасниками ринку на базі широкого використання сучасних телекомунікаційних засобів. Основним завданням для готельних підприємств стає цілеспрямоване вибудовування постійних

довірчих відносин з усіма учасниками маркетингового ланцюга, включаючи постачальників, споживачів, дистриб'юторів.

Подібні відносини стають вигідними для самих готелів, які скорочують свої витрати за рахунок збереження партнерських відносин з постійними гостями, а також для споживачів, які отримують якісне і при необхідності індивідуальне обслуговування. П'ять рівнів взаємин готелів зі споживачами:

- 1) **основний рівень взаємин** – готелі обслуговують своїх клієнтів і на цьому їх відносини закінчуються;
- 2) **реагуючий рівень взаємин** – готелі обслуговують своїх клієнтів і за допомогою опитування намагаються виявити їх думки про якість наданих послуг;
- 3) **відповідальний рівень взаємин** – готелі підтримують відносини з клієнтами під час і після їх обслуговування з метою виявлення думки останніх щодо можливого поліпшення якості послуг;
- 4) **проактивний рівень взаємин** – готелі, підтримуючи відносини з клієнтами, намагаються дізнатися у них, як вони оцінили введені удосконалення в обслуговуванні;
- 5) **рівень партнерства** – готелі постійно працюють з клієнтами, щоб спільно з ними домогтися істотного підвищення цінності своїх послуг.

Прийоми маркетингу взаємин:

1) **Надання клієнтам додаткових фінансових вигод.** Наприклад, готелі прагнуть надавати постійним клієнтам безоплатно ніч в готелі, коли гість набирає певну кількість балів за час перебування; застосування пільгових тарифів на розміщення великих груп в усіх готелях мережі тощо.

2) **Надання клієнтам додаткових соціальних пільг.** Персонал вивчає потреби і бажання постійних клієнтів, забезпечуючи їм індивідуальне обслуговування на постійній основі.

3) **Забезпечення постійних клієнтів структурними зв'язками.** Компанії можуть також додатково надати постійним клієнтам можливість бронювати номери; забезпечують їх трансфером до готелю тощо.

Для маркетингу взаємин є характерним:

- постійні контакти і орієнтація на утримання споживача;
- підвищення споживчої цінності готельних продуктів;
- довгостроковий характер відносин з усіма учасниками маркетингового ланцюжка.

При цьому такими учасниками можуть бути також авіакомпанії, турагенції, ресторани, фірми з оренди автомобілів, які працюють спільно, щоб надати клієнтам повний комплекс послуг.

В даний час в готельному бізнесі застосовуються різні форми об'єднання підприємств і управління ними, включаючи готельні ланцюги, консорціуми, сімейства і асоціації, об'єднання на основі франчайзингу, спільні готельні підприємства (табл. 1).

Таблиця 1

Найбільші готельні мережі [9]

Компанії	Кількість номерів	Кількість підприємств
Holiday Inn Worldwide	327 886	1686
Best Western International	268 046	3199
Choice Hotels International	240 668	2695
Days Inn of America	142 810	1413
ITT Sheraton Corporation	128 228	409
Ramada Franchise System	105 427	659
Hilton Hotels Corporation	95 844	247
Marriott Hotels, Resorts & Suites	94 005	212
Motel 6 L.P.	86 934	769
SRS Hotels	69 316	329
Super 8 Motels	63 438	1040
Howard Johnson Franchise Systems	60 786	563
Radisson Hotels International	59 015	230
Hyatt Hotels	54 118	103
Hilton International	52 581	162
Forte PLC	50 901	436
Hampton Inns	46 895	407
Inter-Continental Hotels Group	41 671	104
Richfield Hotel Management	41 517	189
Renaissance Hotels & Resorts	41 054	136

Ці об'єднання дозволяють готелям здійснювати свою діяльність за єдиними стандартами, проводити спільні маркетингові програми, вести дослідницьку діяльність, здійснювати модернізацію готельного господарства, формувати єдину систему підготовки та перепідготовки кадрів. Кожне з цих об'єднань має свої особливості, в тому числі і у сфері маркетингу.

Готельний ланцюг – це група готелів, що здійснює колективний бізнес і перебуває під безпосереднім контролем керівництва ланцюга.

Єдиний стратегічний маркетинг, передбачений для певного готельного бренду, дозволяє суттєво економити кошти на проведення самостійних глобальних досліджень. Оперативний маркетинг дає можливість скорегувати загальну стратегію відповідно до національних і регіональними умовами.

У свою чергу, за контрактом **франчайзингу** велика готельна компанія (франчайзер) передає свої права на використання торгової марки, системи маркетингу, збуту, централізованого резервування номерів і управління операціями іншому підприємству (франчайзі).

Франчайзі підпорядковується управлінським критеріям франчайзера, підтримує його стандарти, виплачує гонорар за угоду в розмірі 3-4% обороту, а також вносить початковий внесок певного розміру.

Для того щоб протистояти конкуренції з боку інтегрованих і франчайзингових ланцюгів, незалежні готелі об'єднуються в гігантські корпорації – **готельні консорціуми**, маркетингове мистецтво яких сприяє підвищенню важливості маркетингу готельної індустрії.

Також у сучасному світі гостинності широкого застосування знайшли прийоми цифрового маркетингу. Цифровий маркетинг – це перенесення всіх аспектів традиційного маркетингу в сферу електронного бізнесу. Він об'єднує безліч форм і заходів, за допомогою яких здійснюється:

- планування та побудова бізнес-моделей для просування послуг або пакетних пропозицій в інтернет-середовищі;

- розробка компаніями інтернет-стратегій;
- аналітичний аналіз поведінкових трендів клієнтів в Інтернеті;
- вивчення попиту;
- розробка способів правильного позиціонування торгової марки на ринку;
- забезпечення високої ефективності рекламних кампаній тощо.

Цифровий маркетинг використовує такі інструменти:

1) **Веб-сайт і пошукова оптимізація**. Веб-сайт дозволяє вирішувати питання залучення клієнтів і збільшення продажів, створення іміджу і вивчення споживчого попиту тощо. Його головна мета – генерування попиту на бронювання номерів.

2) **Контекстна реклама**. Різновид інтернет-реклами. Контекстна реклама є досить ефективним інструментом для зв'язку з потенційними клієнтами, які шукають послуги рекламодавця в Інтернеті.

3) **Маркетинг в соціальних медіа (SMM – Social Media Marketing)**. Основне завдання **SMM** полягає в залученні уваги до сайту користувачів соціальних мереж шляхом розміщення в них інформації про свої послуги.

4) **Мобільний маркетинг**. Найбільш популярний інструмент маркетингу готельних мереж в даний час. У його реалізації задіяні різні мобільні пристрої. Готельні мережі не упускають можливості використання даного інструменту для підвищення ефективності своєї маркетингової діяльності.

5) **SMS-маркетинг**. Процес маркетингу за допомогою послуги **SMS (Short Message Service, служба коротких повідомлень)**. SMS-маркетинг вважається ефективним способом прямої комунікації зі споживачем і є одним з інструментів так званого прямого маркетингу

Також варто виділити основні тренди готельного бізнесу на digital-ринку.

Ще з 2015 року мобільні користувачі роблять замовлення й здійснюють броні через Інтернет ще частіше. За аналітичними даними, серед тих, хто заходить на сайт готелю зі свого телефону, конверсія на порядок вища, ніж серед користувачів ПК.

Онлайн-бронювання через відеопрезентації. За даними проведеного компанією «DigitWill» дослідження, після перегляду відеоролика 68% туристів готові забронювати готель, а 57% зацікавлені в тому, щоб, крім опису готелю, їм була надана відеопрезентація інтер'єрів готелю.

Провідні готельєри визначають сегменти, в яких вони хочуть рости, і зможуть залучити їх за допомогою високоточного вузького таргетингу в мережі Інтернет. Підвищується роль сервісів онлайн-бронювання, зокрема такого сервісу, як Booking.com.

Світові готельні мережі не стоять у своєму розвитку на місці. Мережі готелів «Aloft і W», що належать компанії «Stagwood», найближчим часом можуть повністю перейти на використання електронних ключів, прив'язаних до смартфонів.

Висновок. Отже, в останні десятиліття в розвитку закладів гостинності окреслилися такі тенденції:

- формування нових напрямів надання послуг у сфері гостинності;
- поглиблення спеціалізації закладів у сфері гостинності;
- створення міжнародних ланцюгів закладів гостинності;
- удосконалення форм праці та впровадження досягнень науково-технічного прогресу;
- застосування цифрового маркетингу для максимального охоплення реальних і потенційних споживачів.

Література

1. Тимошенко З.І. Маркетинг готельного продукту [Електронний ресурс] / З.І. Тимошенко, Г.Б. Мунін, В.П. Дишлевий. – Режим доступу : <http://tourism-book.com/pbooks/book-37/ua/>.

2. Страшинська Л.В. Маркетинг готельного і ресторанного господарства / Л.В. Страшинська. – К. : НУХТ, 2011. – 89 с.

3. Маркетинг турпродукту : підручник [Електронний ресурс] / Ю.О. Карягін, З.І. Тимошенко, Т.О. Демура, Г.Б. Мунін. – К. : Кондор, 2009. – 394 с. – Режим доступу : http://tourlib.net/books_ukr/karyagin.htm.
4. Дурович А.П. Маркетинг в туризме [Електронний ресурс] : учебное пособие / А.П. Дурович. – Минск : Новое знание, 2003. – 496 с. – Режим доступу : http://tourlib.net/books_tourism/durovich_MT.htm.
5. Энциклопедический словарь Ф. А. Брокгауза и И. А. Ефрона. – СПб : БрокгаузЕфрон, 1890-1907.
6. Бенвенист Э. Словарь индоевропейских социальных терминов / Э. Бенвенист ; пер. с фр. ; общ. ред. и вступ. статья Ю. С. Степанова. – М. : Прогресс-универс, 1995. – 456 с.
7. Полная популярная библейская энциклопедия [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.slovopedia.com>.
8. Повчання Володимира Мономаха // Історія української культури : зб. матеріалів : документація / уклад. [В. І. Білик, Ю. А. Горбань, Я. С. Калакура та ін.] ; за ред. С. М. Клапчука, В. Ф. Остафійчука. – К. : Вища школа, 2000. – С. 59–64.
9. Котлер Ф. Маркетинг. Гостинність. Туризм [Электронный ресурс]. – Режим доступа : http://infotour.in.ua/kotler_tourism.htm

References

1. Tymoshenko Z.I. Marketynh hotelnoho produktu [Elektronnyi resurs] / Z.I. Tymoshenko, H.B. Munin, V.P. Dyshlevyi. – Rezhym dostupu : <http://tourism-book.com/pbooks/book-37/ua/>.
2. Strashynska L.V. Marketynh hotelnoho i restorannoho hospodarstva / L.V. Strashynska. – K. : NUKhT, 2011. – 89 s.
3. Marketynh turproduktu : pidruchnyk [Elektronnyi resurs] / Yu.O. Kariahin, Z.I. Tymoshenko, T.O. Demura, H.B. Munin. – K. : Kondor, 2009. – 394 s. – Rezhym dostupu : http://tourlib.net/books_ukr/karyagin.htm.
4. Durovich A.P. Marketing v turizme [Elektronnyi resurs] : uchebnoe posobie / A.P. Durovich. – Minsk : Novoe znanie, 2003. – 496 s. – Rejim dostupu : http://tourlib.net/books_tourism/durovich_MT.htm.
5. Entsiklopedicheskiy slovar F. A. Brokgauza i I. A. Efrona. – SPb : BrokgauzEfron, 1890-1907.
6. Benvenist E. Slovar indoevropeyskih sotsialnyh terminov / E. Benvenist ; per. cfr. ; obsch. red. i vstup. statya YU. S. Stepanova. – M. : Progress-univers, 1995. – 456 s.
7. Polnaya populyarnaya bibleyskaya entsiklopediya [Elektronnyi resurs]. – Rejim dostupa : <http://www.slovopedia.com>.
8. Povchannia Volodymyra Monomakha // Istoriia ukrainskoi kultury : zb. materialiv : dokumentatsiia / uklad. [V. I. Bilyk, Yu. A. Horban, Ya. S. Kalakura ta in.] ; za red. S. M. Klapchuka, V. F. Ostafiihuka. – K. : Vyshcha shkola, 2000. – S. 59–64.
9. Kotler F. Marketing. Gostinnist. Turizm [Elektronnyi resurs]. – Rejim dostupa : http://infotour.in.ua/kotler_tourism.htm

Рецензія/Peer review : 05.05.2018

Надрукована/Printed : 06.06.2018

Рецензент: д. е. н., проф. Ковальчук С. В.

УДК 658.8.035

КОРЖ М. В.,
СУСЛОВА Т. О.,
ДАНИЛЕНКО Д. О.

Київський національний торговельно-економічний університет

СИСТЕМНО СИТУАТИВНИЙ ПІДХІД ДО ПРОЦЕСУ МАРКЕТИНГОВОГО ПЛАНУВАННЯ НА ПІДПРИЄМСТВАХ СФЕРИ ПОСЛУГ

В статті проаналізовано сутність та завдання маркетингового планування. Встановлено взаємозв'язки маркетингового планування і формування маркетингової стратегії та маркетингового планування і принципів маркетингової діяльності. Обґрунтовано застосування системно-ситуативного підходу в маркетинговому плануванні підприємств сфери логістичних послуг та наведена системна схема розробки маркетингової програми, яка має структурні блоки 2-х рівнів ієрархії.

Ключові слова: логістичні послуги, маркетингове планування, маркетингова програма, маркетинговий план, системно-ситуативний підхід.

KORZH M.,
SUSLOVA T.,
DANYLENKO D.

Kyiv National University of Trade and Economics

THE SYSTEM-SITUATIONAL APPROACH TO MARKETING PLANNING PROCESS AT ENTERPRISES OF THE LOGISTICS INDUSTRY

The analysis of approach to defining the essence of "marketing planning" is showed in this article. The tasks are viewed that are before the enterprises in logistics sphere. Interconnection between marketing planning and formation of marketing strategy. The components of the steps of marketing planning like: diagnostic/disresearch, goal-setting of the marketing environment of the enterprise, that provides logistics services are explored disclosed. Interconnection is installed between marketing planning, and principles, and marketing activity. The types of the marketing planning are described. The application of the system-situational approach in marketing planning is substantiated and the system scheme of marketing program development is given. The above program has structural blocks of 2 levels of the hierarchy, which forming direct and indirect links between each other. The application of the system-situational approach in the practice of enterprises of the logistics industry of Ukraine is proposed, which will positively affect the quality of marketing planning.

Keywords: logistics services, marketing planning, marketing program, marketing plan, marketing strategy, system-situational approach.

Постановка проблеми. Особливості розвитку економік України та світу, сучасні світові тенденції та внутрішні політики держав, які своїм впливом на цей розвиток призводять до дисбалансних станів, обумовлюють підвищення значущості застосування маркетингового планування підприємствами сфери послуг. Ці аспекти, в першу чергу, передбачають формування специфічного способу мислення в процесі управління підприємством, який забезпечить позитивний розвиток та зростання економічних показників. Проте це можливо тільки за умов ведення маркетингового планування, формування апарату маркетингового управління у діяльності підприємства сфери послуг. Сказане пояснює необхідність застосування маркетингового планування, яке б було адекватне ситуації. Одним з головних чинників посилення конкурентоспроможності є використання сучасних підходів під час планування підприємствами логістичної сфери своєї маркетингової діяльності.

Аналіз останніх досліджень та публікацій показав, що проблеми планування маркетингу на підприємствах тривалий час знаходяться у центрі уваги багатьох дослідників. Велике значення для розвитку сфери послуг мають наукові розробки таких дослідників: Ж. Ламбена, М. Портера, П. Дойля, П. Друкера, Дж. Еванса, А. Завгородньої, Ф. Котлера, А. Томпсона, М. Мак-Дональда, А. Чандлера, Н. Строченко, І. Кобилянської, О. Біловодської, Т. Попової. В роботах цих авторів можна відслідкувати генезу як причин, що обумовлюють необхідність маркетингового планування, так і підходів, які використовуються при плануванні діяльності підприємства на засадах маркетингу із середини ХХ ст. по теперішній час. Ці підходи трансформувалися під впливом мобільного маркетингового середовища та світових тенденцій [1, 2, 5, 7, 8]. Однак, наголошуючи на догматичності застосування маркетингового планування, всі вони пропонують використовувати застарілі підходи до цього планування.

Науковці розглядають сутність маркетингового планування як процес, який має певні етапи та складові, наголошуючи на відповідності та узгодженості планування з загальними і маркетинговим цілям підприємства. Також визначається, що маркетингове планування, як управлінський процес, потребує постійного контролю та корекції відповідальної особи, що може впливати на діяльність підприємства у всіх його аспектах. Цю роль у малих підприємствах може займати власник або директор, часто це одна й та сама особа, проте в більш великих компаніях цю відповідальність покладено керівника з маркетингу.

Однак, в роботах науковців не приділено належної уваги впливу різних підходів до маркетингового планування на результативність діяльності підприємств. Зокрема, не висвітлені ці питання для підприємств сфери логістичних послуг. Також проблемою маркетингової термінології досі є 2 підходи до розуміння взаємопідпорядкованості таких понять, як «маркетингова програма» та «маркетинговий план».

Формулювання цілі статті. Метою статті є розкриття сутності системно-ситуативного підходу під час планування маркетингу підприємствами сфери послуг, опис складових схеми розробки маркетингової програми та їх структурне співвідношення.

Виклад основного матеріалу дослідження.

Встановлено, що відповідно до існуючих підходів до маркетингового планування на підприємствах сфери логістичних послуг виходить, що сучасний учасник бізнес-процесу повинен вирішувати ряд специфічних завдань, які без маркетингового втручання вирішити нереально:

- постійне розширення й збільшення асортименту (переліку послуг) з метою задоволення всіх бажань споживача й відповідності всім його очікуванням;
- організація та підтримання постійно функціонуючого каналу співробітництва зі споживачем;
- збільшення гнучкості виробничої частини логістичного процесу (у тому числі за рахунок проведення диверсифікації та диференціації цього процесу й ринку збуту). При цьому диверсифікованість являє собою переорієнтацію на виробництво принципово нової продукції/послуги, чого потребує цільовий ринок з огляду на особливості національної економіки, за умови використання існуючих виробничих потужностей, тобто з мінімальними видатками. У свою чергу, диференціація припускає групування споживачів залежно від їх вимог і особистих особливостей з метою найкращого задоволення кожного окремого споживача шляхом індивідуального підходу;
- постійне проведення роботи з підвищення рівня якості й конкурентоспроможності послуг, що надаються;
- забезпечення функціонування системи керування конкурентоспроможністю національних економік у цілому й окремих підприємств, зокрема;
- підвищення ефективності виробничих процесів, постійно вдосконалюючи техніку й технологію;
- забезпечення ефективної діяльності в сфері реалізації продукції шляхом активізації рекламної функції, шляхом підвищення привабливості послуги.

Таким чином, в сучасних умовах надання послуг високої якості є необхідною, але не достатньою умовою для досягнення успішного функціонування на ринку. Для оптимізації вищезгаданої мети необхідно проробити такі питання, як визначення вимог потенційних споживачів, вибір часу, місця й умов здійснення угоди, тобто продавець повинен запропонувати покупцеві в конкретний момент тільки послуги, які щонайкраще задовольняють існуючу потребу останнього.

При формуванні сучасної стратегії маркетингу необхідно орієнтуватися на те, що для досягнення кожним учасником бізнесу довгострокового одержання прибутку й процвітання на всіх рівнях ринку (мега-, макро-, мезо- і мікро-) необхідне володіння знаннями про етику ведення бізнес-діяльності, а це реально тільки через формування програми підвищення якості, конкурентоспроможності, як виготовлюваної і пропонованої послуги, так і самого виробника, і його національної економіки, а також через активізацію окремих частин комплексу маркетингу. Виходячи з вище сказаного, вирішення наявних проблем і досягнення поставлених цілей неможливо без формування гнучкого механізму керування маркетингом й формування його стратегії.

Світовий досвід учасників підприємництва демонструє, що в сучасних умовах ведення господарства в світогосподарській системі для забезпечення досягнення намічених цілей суб'єктами бізнес-процесу недостатньо одного лише адміністративного впливу. На практиці керування маркетинговою діяльністю на міжнародному та національному рівнях полягає в розробці й використанні комплексу заходів, які здатні забезпечити якісні зміни у виробництві й збуті. В існуючих умовах функціонування господарських одиниць подібна система дій реалізується за допомогою розробки маркетингових стратегій, спрямованих на зниження ризику виходу на цільовий ринок збуту. При цьому стратегія повинна розглядатися як довгостроковий розвиток учасника бізнес-процесу й системи взаємин із внутрішнім і зовнішнім середовищем, крім того, вона визначається ключовими маркетинговими цілями й, у свою чергу, визначає ринкове вікно, дозволяє сформувати інфраструктуру, максимально пом'якшити адаптацію до нових зовнішніх умов і забезпечити внутрішню координацію дій. Таким чином, це все означає гостру необхідність у формуванні в маркетингу ефективної системи планування й керування з метою зменшення ризику виходу на ринок і досягнення існуючих цілей і реалізації головної стратегії. Саме тому в маркетинговій системі необхідно приділяти дуже велику увагу насамперед процесу розробки планів і програм [6, 9].

Тож, підсумовуючи все вище зазначене, можна стверджувати, що маркетингове планування – це складний багаторівневий процес, що являє собою одну із ключових функцій маркетингу на підприємстві і поєднує в собі досить високий рівень прокинення в усі аспекти його управління. Крім того, даний процес має конкретні цілі та принципи, а також установлену послідовність дій, що виокремлюються в етапи маркетингового планування на підприємстві. Результатом рішень, що формуються в ході процесу маркетингового планування, є маркетингова програма. Саме для реалізації маркетингової програми на

підприємствах сфери логістичних послуг доцільно складати поетапно обґрунтовані, деталізовані та календарно закріплені цілі і завдання за структурними підрозділами та виконавцями, – маркетингові плани.

До цілей маркетингового планування підприємства, що узгодженні зі стратегіями бізнес-процесу, можна віднести: підтримка позитивного іміджу, підвищення престижності надавача логістичних послуг, зріст частки ринку, зріст обсягів продажу, зріст прибутку тощо [3, 9].

Основні принципи маркетингової діяльності підприємств сфери логістичних послуг можна обґрунтувати наступним чином:

- 1) розробка планів повинен займатися перш за все той, хто потім ці плани впроваджуватиме в життя;
- 2) рівень компетенції в плануванні має відповідати рівню компетенції щодо розпорядження ресурсами підприємства;
- 3) повнота і комплексність повинні забезпечувати обґрунтованість ухвалення управлінських рішень відповідно до їх пріоритетності;
- 4) конкретність має відповідати певним числовим параметрам маркетингових заходів; наявне маркетингове середовище повинне чітко відповідати необхідним ресурсам для використання альтернативних варіантів;
- 5) неперервність і послідовність намічених дій протягом тривалого часу;
- 6) економічність повинна орієнтуватися на окупність планових витрат;
- 7) якість виконання запланованих заходів має зменшувати перешкоди в діяльності підприємства, забезпечувати безпеку управління, оптимізувати роботу в досягненні цілей, у визначенні місця маркетингового планування на підприємстві;
- 8) гнучкість і адаптивність планування повинні забезпечуватися відповідно до змін в зовнішньому та внутрішньому середовищах підприємства (використання гнучкого безперервного планування) [4].

Також можна виокремити два види маркетингового планування: оперативне маркетингове планування і тактичне маркетингове планування.

Тактичне планування маркетингу передбачає планування фінансування та інвестицій, закупівель, збуту, персоналу та результатів, які має отримати підприємство протягом наступних 2–5 років. Тактичні плани маркетингу найбільше застосовуються у бізнес-плануванні як складова частина цих планів. А оперативне маркетингове планування, або як його ще називають річне, є конкретизацією планових маркетингових дій.

Таким чином, процес маркетингового планування й розробки його програми повинен бути частиною планової системи кожного учасника логістичного бізнес-процесу в цілому. На рис. 1 представлені узагальнюючі процедури розробки програми маркетингу в цілому, так і на рівні окремих підрозділів. При цьому акцент робиться на те, що програма й план маркетингу є однією із складових системи планування бізнес-діяльності кожного учасника бізнес-процесу. Ця специфічна багатофункціональна й багатокомпонентна система, що складається з десяти взаємозалежних блоків, які є елементами системи і будуть функціонувати для досягнення головної мети системи маркетингу підприємства сфери логістичних послуг й підвищення ефективності бізнес-діяльності. Всі блоки системи перебувають у взаємозв'язку один з одним, утворюючи тим самим певну цілісність, і об'єднані єдиною метою – підвищення ефективності маркетингової діяльності господарської одиниці і, як наслідок, досягнення стійкого успіху на ринку.

Для полегшення представлення процесу маркетингового планування й розробки програми маркетингу у вигляді системи, а також демонстрації ієрархії й зв'язків усередині даного процесу, необхідно в ході побудови схеми сформувати дві підсистеми: основну й забезпечувальну.

Зазвичай при формулюванні маркетингових цілей має місце орієнтація на узагальнені цілі розвитку компанії, але при формулюванні маркетингових цілей в сфері логістичних послуг сьогодні переважає фінансовий підхід, орієнтований на прогнозування розвитку ситуації в певній перспективі (довгостроковій або короткостроковій).

Таким чином, система розробки програми маркетингу складається з двох підсистем: визначальної та забезпечувальної, на кожен з яких впливають відповідні комплекси результатів досліджень. Програма має 2 ієрархічні блоки. На схемі продемонстровано складові кожного блоку, узгодженість цих складових та сутність впливу (прямий та непрямий).

Визначальна система складається з таких блоків 1 рівня ієрархії як: маркетингові цілі, діагностика ресурсного потенціалу надавача логістичних послуг, комплекс маркетингу, календарний план виконання програми. В той же час забезпечувальна система складається з таких блоків 1 рівня ієрархії, як організаційно-економічна частина, інформаційно-методична частина та контролююча частина.

На 2 рівні ієрархії деталізовані складові кожного з блоків 1 рівня ієрархії з зазначенням їх підпорядкованості та видів впливів.

Представлена система розробки програми маркетингу на підприємствах сфери логістичних послуг на основі системно-ситуативного підходу дозволяє систематизувати всі маркетингові дії й заходи і реалізовувати їх в комплексі, з огляду на їх взаємозалежність і взаємовплив. Також створюється можливість виявляти нові привабливі сторони діяльності й оцінити їх з погляду відповідності загальним цілям і ресурсам у рамках конкретного бізнес-процесу.

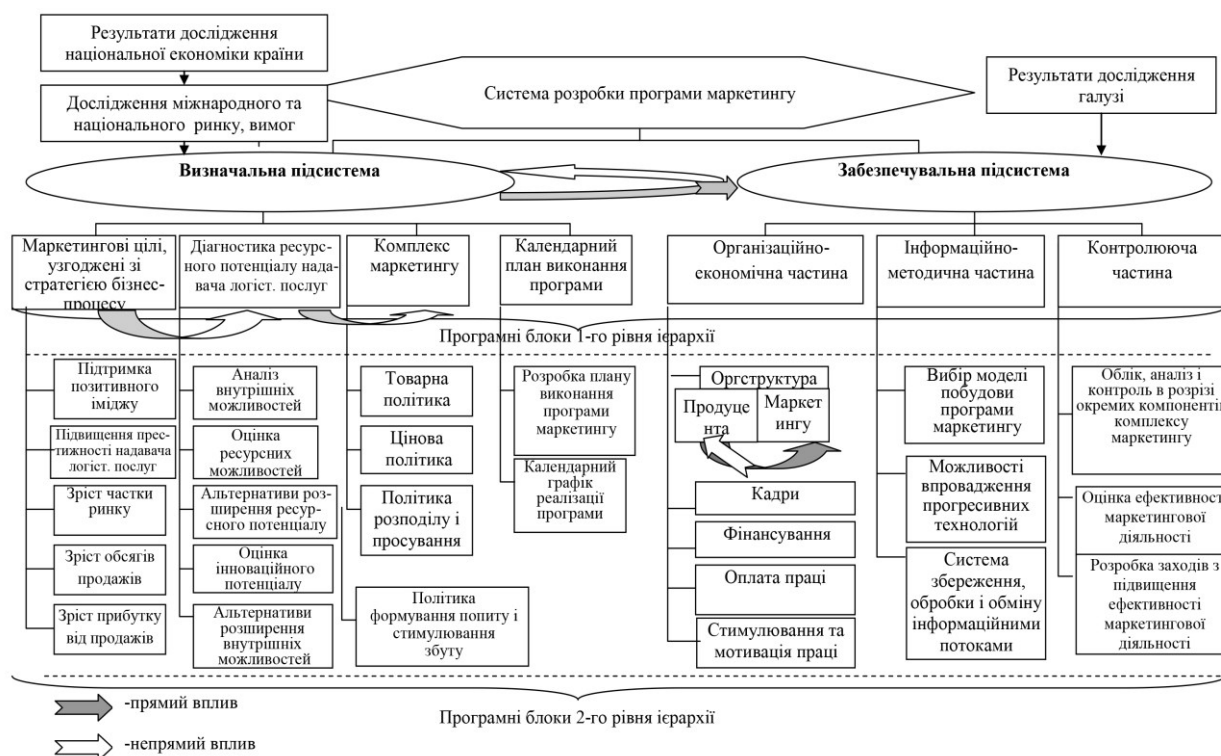


Рис. 1. Система розробки програми маркетингу

Література

1. Строченко Н. Планування і контроль на підприємстві / Н. Строченко, І. Кобилянська. – Суми, 2010. – 177 с.
2. Біловодська О.А. Маркетинговий менеджмент : навчальний посібник / Біловодська О.А. – К. : «Знання», 2010. – 259 с.
3. Яцишина Л.К. Маркетинговий менеджмент : навчальний посібник / Яцишина Л.К. – К. : МВЦ «Медінформ», 2013. – 323 с.
4. Завгородня А. В. Маркетинговое планирование / А. В. Завгородня, Д. О. Ямпольская. – СПб : Питер, 2002. – 352 с. – (Сер. «Маркетинг для профессионалов»).
5. Зуб А. Т. Стратегический менеджмент: Теория и практика / А. Т. Зуб. – М. : Аспект Пресс, 2002. – 415 с.
6. Котлер Ф. Маркетинг менеджмент / Ф. Котлер. – СПб : Питер, 1999. – 224 с.
7. Ламбен Ж. Стратегический маркетинг. Европейская перспектива / Ж. Ламбен ; [пер. с франц.]. – СПб : Наука, 1996. – 589 с.
8. Маркетингові стратегії формування попиту на товари та послуги на ринках України : [монографія ; за ред. проф. Р. В. Федоровича] ; Терноп. нац. техн. ун-т ім. Івана Пулюя. – Т. : ТНТУ ім. І. Пулюя, 2013. – 355 с.
9. Пілюшенко В. Л. Маркетинг послуг : навч.-метод. комплекс / Пілюшенко В. Л., Сердечна Л. В., Аракелова І. О. ; Донец. держ. ун-т упр. – Донецьк : Ноулідж, Донец. від-ня, 2011. – 203 с.

References

1. Strochenko N. Planuvannya i kontrol na pidpriemstvi / N. Strochenko, I. Kobylianska. – Sumy, 2010. – 177 s.
2. Bilovodska O.A. Marketynhovyi menedzhment : navchalnyi posibnyk / Bilovodska O.A. – K. : «Znannia», 2010. – 259 s.
3. Iatsyshyna L.K. Marketynhovyi menedzhment : navchalnyi posibnyk / Yatsyshyna L.K. – K. : MVTs «Medinform», 2013. – 323 s.
4. Zavgorodnyaya A. V. Marketingovoe planirovanie / A. V. Zavgorodnyaya, D. O. Yampolskaya. – SPb : Piter, 2002. – 352 s. – (Ser. «Marketing dlya professionalov»).
5. Zub A. T. Strategicheskiy menedjment: Teoriya i praktika / A. T. Zub. – M. : Aspekt Press, 2002. – 415 s.
6. Kotler F. Marketing menedjment / F. Kotler. – SPb : Piter, 1999. – 224 s.
7. Lamben J. Strategicheskiy marketing. Evropeyskaya perspektiva / J. Lamben ; [per. s frants.]. – SPb : Nauka, 1996. – 589 s.
8. Marketynhovi strathetii formuvannya popytu na tovary ta posluhy na rynkakh Ukrainy : [monohrafiia ; za red. prof. R. V. Fedorovycha] ; Ternop. nats. tekhn. un-t im. Ivana Puliuia. – T. : TNTU im. I. Puliuia, 2013. – 355 s.
9. Piliushenko V. L. Marketynh posluh : navch.-metod. kompleks / Piliushenko V. L., Serdechna L. V., Arakelova I. O. ; Donets. derzh. un-t upr. – Donetsk : Noulidzh, Donets. vid-nia, 2011. – 203 s.

Рецензія/Peer review : 21.05.2018
 Надрукована/Printed : 03.06.2018
 Рецензент: д. е. н., проф. Орлов О. О.

УДК 378.001.76:631.157

ЛЕВКІВ Г. Я.,
СВАТЮК О. Р.

Львівський державний університет внутрішніх справ

МАКОВІЙ В. В.

Державний університет телекомунікацій, м.Київ

ЗНАЧЕННЯ ТА ВИКОРИСТАННЯ ЕЛЕМЕНТІВ ПРОЕКТНОГО МАРКЕТИНГОВОГО МЕНЕДЖМЕНТУ НА ПРИКЛАДІ ПІДПРИЄМСТВ АПК

У статті представлено вибір маркетингових програм для підприємств АПК, також розроблена модель впровадження маркетингових програм на підприємстві АПК протягом життєвого циклу, проаналізовано заходи щодо впровадження спільної мети комплексної маркетингової програми на підприємствах АПК.

Ключові слова: підприємства АПК, маркетинговий менеджмент, маркетингові програми, життєві цикли фірми.

LEVKIV H.,
SVATYUK O.

Lviv State University of Internal Affairs

MAKOVII V.

State University of Telecommunications, Kyiv

VALUE AND USAGE OF PROJECT MARKETING MANAGEMENT ELEMENTS ON THE EXAMPLE OF AIC ENTERPRISES

Purpose of the article is to determinate and implement project marketing management elements on the enterprises of agro and industrial complex (AIC). We proposed and presented such marketing programs for the enterprises of AIC, which must include such directions: goods product plan; development and research of new products; plan of increase in efficiency of sale; advertizing plan and sales promotion; plan of functioning of distribution of channels; planning of the prices; plan of marketing researches; plan of storage and goods delivery to consumers; plan of the marketing organization. Also developed a model of implementation of marketing programs at the entity of agrarian and industrial complex during lifecycle. Having analysed enterprise lifecycle we can state that crisis of transition to professional marketing management in the agrarian entity arises when entrepreneurial approach to management be replaced with professional management. And at the same time the simultaneous solution of three tasks is necessary: development of an authority delegation, change of a management system, goals shift. We performed actions for implementation of a general purpose of the comprehensive marketing program on the entities of agrarian and industrial complex. We proved that the project and a product of the marketing program are interconnected systems that it is necessary to consider during their image forming, because the project is the system of organizational type, we allocate a project team as a managing subsystem, and the project as the managed system can be connected with other factors. Therefore, marketing programs which implemented at the entity of agrarian and industrial complex are followed by a large number of documentation that allows to implement programs more detail and precisely. The main strategic task of a management of marketing programs of the entities of agrarian and industrial complex is establishment of balance in the system of the purposes. Implementation of marketing programs is very important and heavy issue which demands a lot efforts of a management and marketing workers.

Keywords: marketing, innovations, information, informational model, marketing strategy, marketing model.

Постановка проблеми. В умовах конкурентного середовища застосування елементів проектного маркетингового менеджменту для розвитку підприємств АПК є необхідною складовою стратегії управління. Стратегія маркетингової діяльності складається з продуктового проекту, дослідження і розробки нових продуктів, проекту збуту, проекту рекламної роботи і стимулювання продажів, проекту функціонування каналів розподілу, проекту цін, включаючи зміну цін у майбутньому, проекту маркетингових досліджень, функціонування фізичної системи розподілу та організації маркетингу.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Питання проектного маркетингового менеджменту було висвітлено у працях таких вітчизняних науковців, як Ю.А. Дайновський [1], В.П. Козинець [2]., Г.Я. Левків [5, 6], В.В. Малий [7], В.М. Гейцем [8], Г.М. Тарасюк [2]. У працях цих авторів запропоновано різноманітні підходи щодо управління проектами, висвітлено різні грані проектного маркетингового менеджменту. Натомість проектний маркетинговий менеджмент, який сьогодні в першу чергу застосовується міжнародним бізнесом, продовжує динамічно розвиватися та збагачуватися новими управлінськими технологіями. Однак, багато запитань без конкретних відповідей й обґрунтувань стосовно даної тематики, що обумовило тему нашого дослідження.

Формулювання цілі статті. Дослідити застосування елементів проектного маркетингового менеджменту на підприємствах АПК.

Виклад основного матеріалу дослідження. Управління маркетинговими програмами підприємства АПК визначає систему моделей, методів і механізмів формування програм на основі бачення, побудованого в рамках моделі життєвого циклу підприємства, синхронізованою з життєвими циклами продуктів, що виходять на ринок і розвитком набору механізмів та інструментів забезпечуючи швидко, стабільне

зростання підприємства АПК. Таке управління визначається наявністю активних елементів, що формують енергетичний потенціал проекту, прогнозу модель життєвого циклу, розвиток підприємства АПК за фазами (включаючи критичні точки) і моделі збалансованого розвитку «продукт – технології – менеджмент – бізнес».

За адресатом для керівників аграрних підприємств слід обирати програми, які зазвичай короткострокові та стиснуті та включають найважливіші напрямки роботи. Для низових ланок аграрного підприємства слід застосовувати програми детальні, докладні і ті, що включають конкретні питання. Пропонується також застосовувати в діяльності аграрних підприємств програми короткострокові (один-два роки), які відносяться до програм оперативного планування та не відкривають стратегічних перспектив для роботи підприємства АПК, середньострокові – розраховуються на період від двох до п'яти років та довгострокові, терміни, яких можуть бути забезпечені достовірними даними за тенденціями розвитку всіх факторів, що використовуються при складанні прогнозів (п'ять і більше років). Також можна застосовувати для підприємств АПК подвійні плани – і довгострокові, і короткострокові. Для підприємств АПК короткострокова маркетингова програма відрізняється більшою деталізацією і оперативністю, а довгострокова – формулюванням основних стратегічних напрямків.

Централізовані маркетингові програми на підприємствах АПК пропонується розробляти у вищих структурах управління, центральним адміністративним апаратом, що встановлює більшість стратегічних показників програми і представляє її низовим ланкам для виконання. Децентралізовані маркетингові програми слід складати в низових підрозділах підприємства і представляти вищому керівництву аграрного підприємства для розгляду та затвердження. Центральний апарат агрофірми повинен здійснювати контроль тільки з найбільш глобальних і стратегічних питань діяльності низових підрозділів.

Застосування на підприємстві АПК змішаних програм передбачає, що вища ланка керівництва визначає можливості фірми і її основні, загальні цілі, а низові ланки і підрозділи розробляють плани і заходи для досягнення цих цілей, які потім остаточно затверджуються вищою ланкою керівництва.

Залежно від термінів, трудомісткості розробки і загального кола поставлених і вирішуваних питань програми маркетингу можуть бути простими, які можливо скласти протягом декількох днів або одного-двох місяців, і складними, для розробки яких потрібні більш тривалі терміни – до року-півтора років.

З метою досягнення намічених показників по прибутках і рентабельності виробництва і збуту розробка маркетингової програми передбачає обґрунтований вибір «плодоносних», оптимальних цільових ринків для активізації подальшої діяльності, а також ефективних технологій та асортименту продукції.

Особливої уваги заслуговує вибір маркетингових програм залежно від життєвого циклу аграрного підприємства. Пропонуємо модель впровадження маркетингових програм на підприємстві АПК упродовж життєвого циклу (рис. 1).

Криза переходу до професійного маркетингового менеджменту у аграрному підприємстві виникає, коли підприємницький підхід до управління повинен бути замінений на професійне управління. Необхідне одночасне вирішення трьох завдань: освоєння делегування повноважень, зміна системи управління, зміщення цілей. Зокрема, це дуже важкий етап, оскільки його здібностей і можливостей вже не вистачає для повноцінного управління підприємством поодиноці – відчувається брак часу і часто спеціальних знань. У даному випадку вкрай важливе усвідомлене делегування повноважень влади і децентралізація. Якщо цього не відбудеться, спрацює чергова пастка – підприємство просто загине через амбіції його ж засновника. Як правило, на підприємстві з'являються нові люди і формуються конфлікти між старими і новими співробітниками, засновниками і професійними менеджерами, корпоративними та індивідуальними цілями засновників і ключових співробітників. Можливий також конфлікт між співробітниками, орієнтованими на підприємництво та креативність, і співробітниками, орієнтованими на ефективність і адміністрування.

Саме під час проходження на життєвому циклі підприємства АПК вище вказаних криз застосовуються середньострокові, короткострокові, загальні, цільові, централізовані, змішані, прості та складні маркетингові програми. Запуск маркетингової програми означає впровадження нових і змінених бізнес-процесів і стандартів, обкатку технологій та оперативне коригування маркетингової схеми та комунікаційної стратегії з перших результатів.

Маркетингова програма на підприємстві АПК повинна включати такі напрями: товарно-продуктовий план; розробка та дослідження нових продуктів; план підвищення ефективності збуту; план реклами і стимулювання продажів; план функціонування розподілу каналів; планування цін; план маркетингових досліджень; план зберігання і доставки товарів споживачам; план організації маркетингу.

Маркетингові програми в сфері ціноутворення можуть бути сформульовані наступним чином: встановлення ціни на продукцію відповідно до її позицій на ринку; застосування різної цінової політики для різних ринків; застосування цінової політики з врахуванням цін конкурентів.

В сфері просування продукції можуть застосовуватися стратегії, що характеризують комунікативні зв'язки з споживачами, засоби і методи організації дій співробітників відділу збуту на нових ринках тощо.

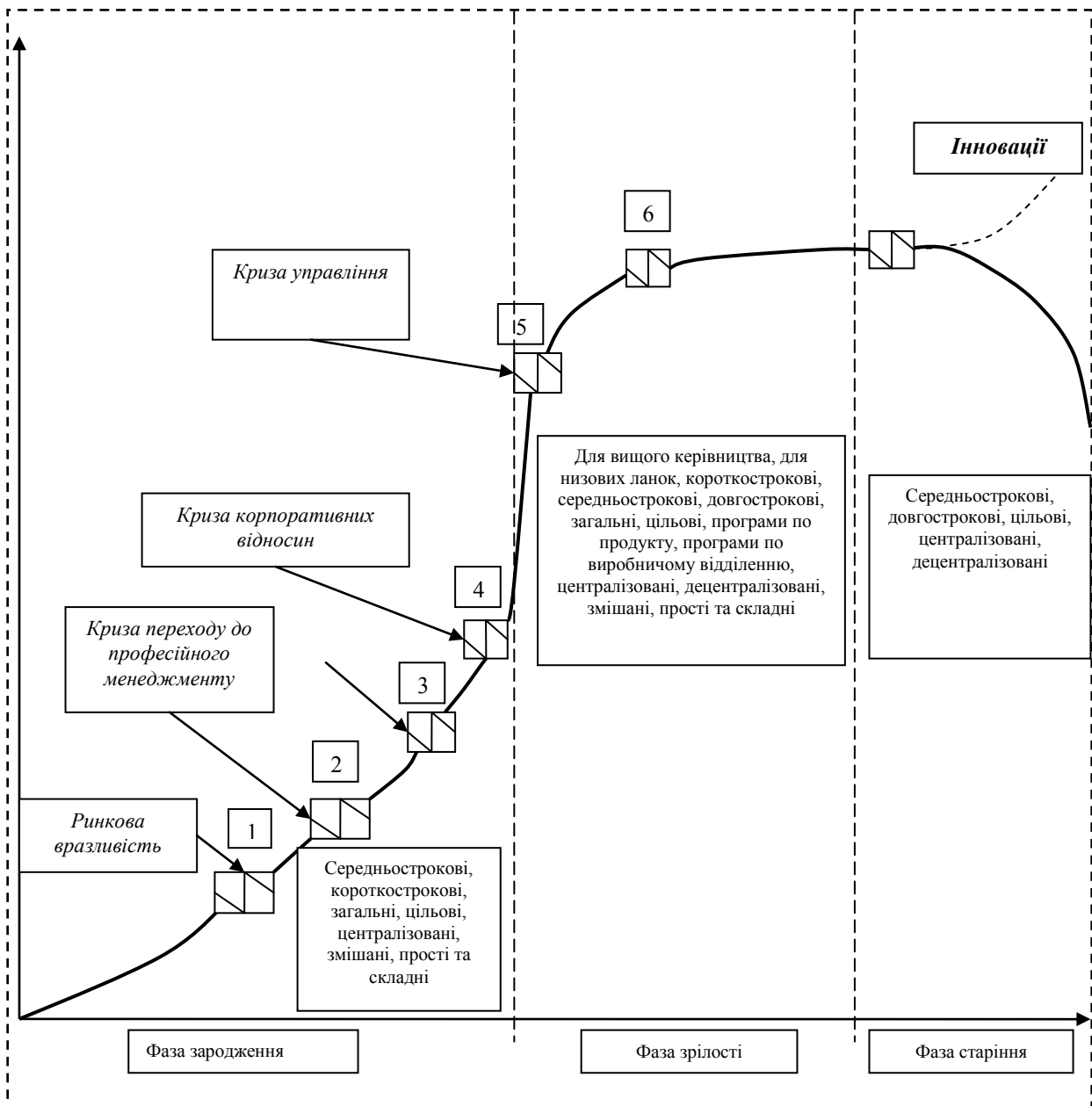


Рис. 1. Модель впровадження маркетингових програм на підприємстві АПК упродовж життєвого циклу [6]

Стратегії щодо доведення продукту до споживача характеризують: шляхи, за допомогою яких продукцію доводять до споживача; рівень післяпродажного обслуговування споживачів; діяльність щодо зниження витрат на доставку продукції; продаж гуртом або в роздріб.

Проект і продукт маркетингової програми є взаємопов'язаними системами, що необхідно враховувати при формуванні їх бачення, оскільки проект є система організаційного типу, то виокремимо команду проекту як керуючу підсистему, а сам проект як керовану систему і пов'яжемо їх з наступним чином (рис. 2).

Залежно від поставленого завдання і стану системи керуюча система (маркетингова служба) може піддати цілеспрямованому впливу мети системи, її функції як способи досягнення мети, структуру, включаючи елементи і відносини між ними, ресурсні та інформаційні входи системи. При декомпозиції по входах цілепокладанням для систем є:

- розглянутий в якості вищої системи замовник, формуючий головні вимоги до кінцевого продукту програми;
- розглядаються в якості нижчестоящої системи виконавці, що визначають обмеження на властивості кінцевого продукту програми;
- розглядаються в якості існуючого середовища споживачі і ті зацікавлені в проекті сторони, які мають відношення до кінцевого продукту маркетингової програми.

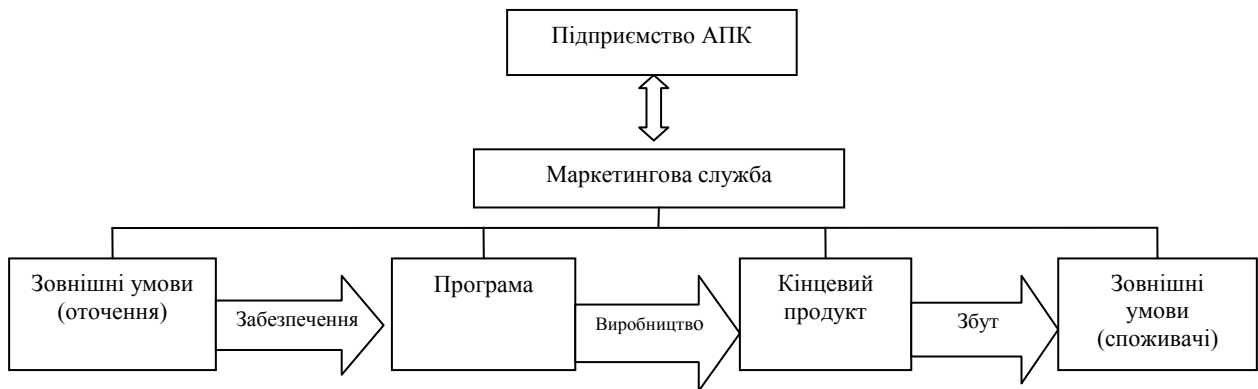


Рис. 2. Взаємодія «проект-продукт» для підприємства АПК [6]

Наступний обов'язковий документ в життєвому циклі маркетингової програми – це матриця відповідності. Під даним документом мається на увазі детальна матриця, де представлені зв'язки між вимогами, завданнями з розробки та тестовими сценаріями. Іншими словами, цей документ забезпечує повний взаємозв'язок між вимогами замовника і кінцевим результатом розробки, гарантуючи, що кожна вимога буде реалізованою і протестованою, а також те, що остаточний результат буде відповідати вимогам замовника.

Застосування елементів проектного маркетингового менеджменту для розвитку підприємств АПК можливе за умови достатнього фінансування. Тому на (рис. 3) ми зобразили схему розробки маркетингового бюджету.

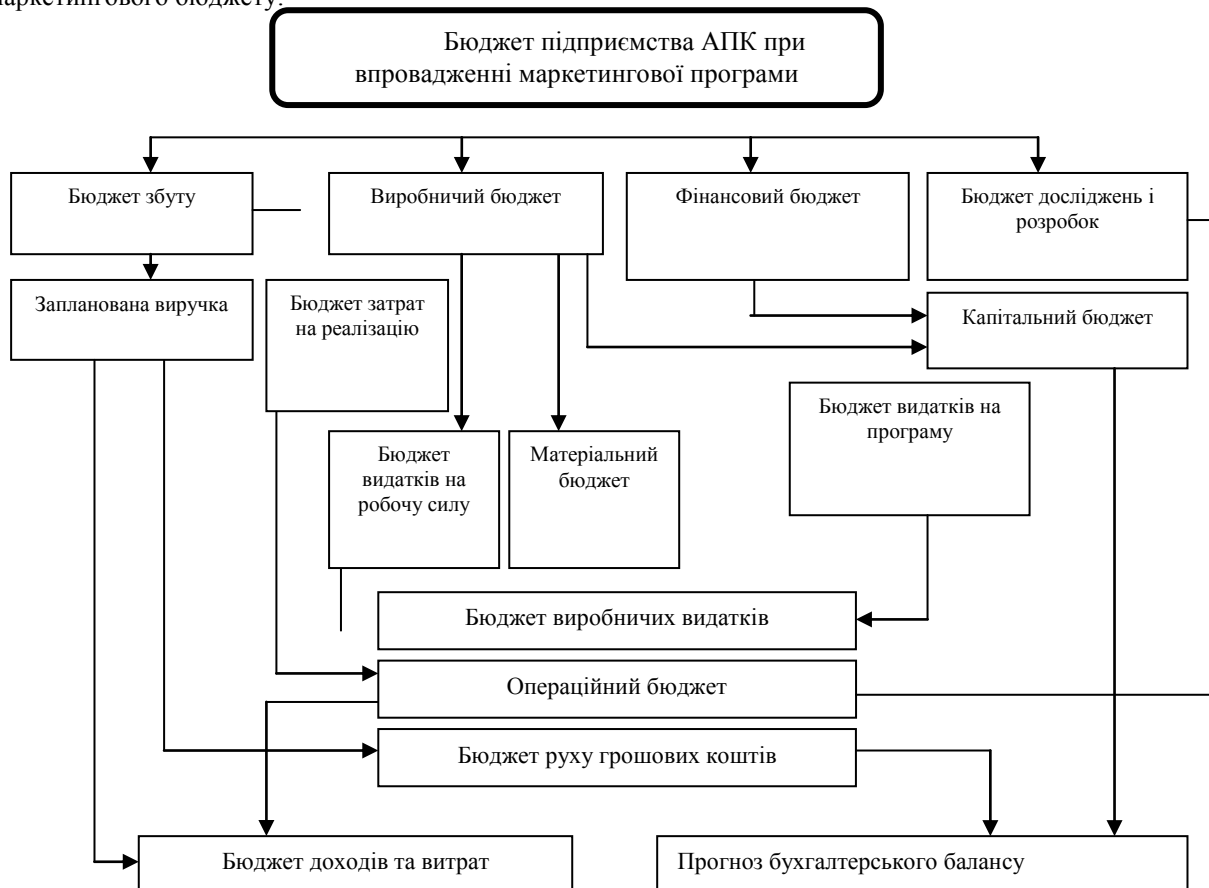


Рис. 3. Розробка бюджету маркетингу*

Власна розробка автора

Кожна маркетингова програма характеризується досягненням однієї або декількох цілей. Для досягнення результатів керівник програми розробляє план, в якому є сукупний об'єм робіт, детальні операції та фази виконання програми. Після узгодження реалізованості плану виконавці виконують призначені їм роботи, здійснюючи всі необхідні дії в межах виділених ресурсів, технологічних обмежень і вимог до якості.

В відповідності до досягнутих результатів виконавці інформують про факт виконання, перевиконання або недовиконання плану керівнику програми, який проводить оцінку діяльності виконавців з реалізації фаз програми, як на основі даних про факт виконання плану, так і безпосередній але на основі результатів, досягнутих виконавцями по роботах, пакетах робіт тощо.

Контур зворотного зв'язку системи управління маркетинговою програмою на підприємстві АПК замикається після стимулювання використання цілей відповідно до результатів їх діяльності. Діючи самостійно, виконавці реалізують роботи за проектом в розрахунок на отримання винагороди за результатами своєї діяльності в рамках погоджених з керівником проекту (КП) механізмів (процесів, процедур тощо) стимулювання. Відсутність винагороди або її неадекватність виробленим виконавцем затратам розриває контур зворотного зв'язку системи управління та робить програму некерованою з усіма витікаючими з цього негативними наслідками.

Універсальна система показників ставить акцент в системі цілей, орієнтовані на процеси розвитку організації. При цьому цілі проекту і організації часто входять в протиріччя, які проявляються в системі цілепокладання. Ефективні методи вирішення цих протиріч визначаються технологічною зрілістю підприємства, правильно вибраною і збудованою організаційною структурою, методологією управління маркетинговими програмами і системою бізнес-процесів управління програмами і проектами. Завдання керівництва підприємства АПК пов'язані з формуванням і утриманням конфліктів в процесах управління проектами в конструктивному форматі. Не слід забувати, що конфлікти в такій системі розглядаються як рушій внутрішнього розвитку.

Очевидно, що основним стратегічним завданням керівництва проектами і програмами (project governance) підприємств АПК є встановлення балансу в системі цілей: організації – програми її розвитку – портфелів проектів – окремих проектів – менеджерів. Цей баланс будується на основі аналізу причинно-наслідкових зв'язків між цілями окремих елементів системи та прийнятих на підприємстві ключових факторах успіху на рівні самої організації та її окремих суб'єктів. Результатом такої аналітичної роботи буде карта причинно-наслідкових зв'язків між цілями підприємства: фінансової перспективи відгуку зовнішнього середовища, розвитку внутрішніх бізнес процесів, розвитку персоналу і показниками результативності, включаючи їх цільові значення для управління проектами.

Одним з нових важливих механізмів в проектах організаційного розвитку є механізм формування і підтримки довіри. Цей механізм повинен бути включений як складова в кожен маркетингову програму підприємства АПК.

Фактори довіри учасників комплексної маркетингової програми розподіляються на групи, наведені в табл. 1.

Таблиця 1

Фактори довіри серед учасників маркетингової програми та їх поширення *

Фактор	Сфера поширення
Інституційні	Законодавча сфера
	Внутріорганізаційна культура
	Ринок
Кумулятивні	Професійні характеристики
	Стилка репутація
	Раціональність сервісу
	Досвід підприємства
Базовані на партнерських відносинах	Ефективність процесів управління
	Якість результату
	Ефективність діяльності в динамічному оточенні
	Безпека
	Ефективність роботи продукту підприємства
	Задоволення потреб клієнта

- Власна розробка автора

При цьому інституційна довіра формує цілісність маркетингової програми, кумулятивна довіра її можливості, а довіра у відносинах – доброзичливість клімат, необхідний для успішних реформ.

Менеджер портфеля маркетингових програм повинен поєднувати в собі безліч знань і умінь з різних областей менеджменту. Насамперед це навички керівництва та управління, а також взаємодії з керівництвом, структурними підрозділами фірми і стейкхолдерами. Крім того, будучи командним гравцем, менеджер зобов'язаний вміти управляти персоналом, наймаючи і утримуючи членів групи шляхом винагород, мотивації, особистого розвитку, просування і т.д. Всі навички повинні застосовуватися в одному ключі разом з стратегією фірми з поправкою на культурні розходження і особисті характеристики співробітників. Також серед навичок повинні бути знання в галузях управління конфліктами, комунікацій, планування, прийняття рішень та інші. Для ефективної роботи менеджер повинен адаптуватися до моделей прийняття рішень всередині організації.

Один з принципів управління полягає в тому, що є всі необхідні для успіху ресурси. Проблема багатьох менеджерів маркетингових програм полягає в тому, що вони самі собі створюють обмеження.

Доцільно розглянути п'ять рівнів навчання, спілкування та змін, які слугують ключем для розвитку гнучкості в мисленні та поведінці при управлінні маркетинговими програмами. Ці п'ять рівнів: ідентичність, цінності та переконавання, здібності, поведінка, оточення.

Цінності та переконавання включають особистісні цінності працівників та способи їх реалізації, цінності керівників підприємств АПК та способи, форми і структура їх вияву в організації, корпоративні цінності, які формуються в цілому в організації.

Здібності включають такі складові, як здатність до екстраполяції (прогнозування), здатність до розробки і виконання кількох стратегічних проєктів, стійкість в різних непередбачуваних ситуаціях, розуміння, здатність брати ініціативу на себе, наполегливість, здатність до співпраці, ініціативність, енергійність, здатність робити ставку на інших, гнучкість тощо.

Поведінка повинна базуватися на відповідальному підході до виконання всіх своїх обов'язків, подвійній відповідальності у ставленні до об'єктів та суб'єктів управлінського процесу та професіоналізмі.

Висновок. Таким чином, основним стратегічним завданням керівництва проєктами та програмами (projectgovernance) підприємств АПК є встановлення балансу в системі цілей: організації – програми її розвитку – портфелів проєктів – окремих проєктів – менеджерів. Цей баланс побудований на базі аналізу причинно-наслідкових зв'язків між цілями окремих елементів системи та ключових факторах успіху на рівні самої організації і її окремих суб'єктів. Результатом такої аналітичної роботи буде карта причинно-наслідкових зв'язків між цілями підприємства: фінансової перспективи відкриття зовнішнього середовища, розвитку внутрішніх бізнес-процесів, розвитку персоналу і показниками результативності, включаючи їх цільові значення для управління проєктами. Надалі планування дій переростає в мережеві моделі проєктів розвитку і цільові значення для управління маркетинговими програмами підприємств АПК.

І так, маркетингові програми, що впроваджуються на підприємстві АПК супроводжуються великою кількістю документації, що дозволяє більш детально і точно підійти до їх реалізації. Основним стратегічним завданням керівництва маркетинговими програмами підприємств АПК є встановлення балансу в системі цілей. Впровадження в життя маркетингових програм є дуже важливим і важким питанням, на який йде багато зусиль керівництва і маркетингових працівників.

Література

1. Дайновський Ю.А. Маркетингові прийоми : навч. посібник для студ. екон. спец. / Дайновський Ю.А. – К. : А.С.К., 1998. – 111 с.
2. Тринько Р.І. Маркетинг цінової стратегії підприємств сфери послуг : монографія / Р.І. Тринько, З.Б. Живко – Львів : «Край», 2007. – 184 с.
3. Левків Г.Я. Дифузія інновацій та стратегії розвитку підприємства: маркетинговий підхід / Г.Я. Левків, З.Б. Живко, В.М. Барило // Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. – 2012. – № 5. Т. – С. 166–170.
4. Основи сучасного маркетингу : навч. посібник / [Франчук В.І., Копелєв І.Ю., Палига Є.М., Живко З.Б., Руда О.І.]. – Львів : Тріада плюс, 2006. – 144 с.
5. Левків Г. Я. Система маркетинг-менеджменту підприємств АПК / Г. Я. Левків. – Львів : Лга-Прес, 2013. – 461 с.
6. Левків Г.Я. Применение элементов проектного маркетинговой менеджмент для развития підприємств АПК / Г.Я. Левків // Научный диалог. – 2013. – № 7(19): Экономика. Право. Политология. – С. 41–57.
7. Гальчинський А.С. Економічна методологія. Логіка оновлення : курс лекцій / Гальчинський А.С. – К. : АДЕФ-Україна, 2010. – 572 с.
8. Квасницька Р.С. Особливості інноваційної діяльності підприємств у сучасних умовах / Р.С. Квасницька, Н.С. Ардашкіна // Вісник Хмельницького національного університету. – 2009. – № 6. – Т. 3. – С. 247–251.

References

1. Dainovskiy Yu.A. Marketynhovi priyomy : navch. posibnyk dlia stud. ekon. spets. / Dainovskiy Yu.A. – K. : A.S.K., 1998. – 111 s.
2. Trynko R.I. Marketynh tsinovoi strathii pidpriemstv sfery posluh : monohrafiia / R.I. Trynko, Z.B. Zhyvko – Lviv : «Krai», 2007. – 184 s.
3. Levkiv H.Ia. Dyfuziia innovatsii ta strathii rozvytku pidpriemstva: marketynhovi pidkhid / H.Ia. Levkiv, Z.B. Zhyvko, V.M. Barylo // Visnyk Khmelnytskoho natsionalnoho universytetu. Ekonomichni nauky. – 2012. – № 5. T. – S. 166–170.
4. Osnovy suchasnoho marketynhu : navch. posibnyk / [Franchuk V.I., Kopieliev I.Iu., Palyha Ye.M., Zhyvko Z.B., Ruda O.I.]. – Lviv : Triada plus, 2006. – 144 s.
5. Levkiv H. Ya. Systema marketynh-menedzhmentu pidpriemstv APK / H. Ya. Levkiv. – Lviv : Lha-Pris, 2013. – 461 s.
6. Levkiv G.YA. Primenenie elementov proektnogo marketingovyy menedjment dlya razvitiya pidpriemstv APK / G.YA. Levkiv // Nauchnyy dialog. – 2013. – № 7(19): Ekonomika. Pravo. Politologiya. – S. 41–57.
7. Halchynskiy A.S. Ekonomichna metodolohiia. Lohika onovlennia : kurs lektsii / Halchynskiy A.S. – K. : ADEF-Ukraine, 2010. – 572 s.
8. Kvasnytska R.S. Osoblyvosti innovatsiinoi diialnosti pidpriemstv u suchasnykh umovakh / R.S. Kvasnytska, N.S. Ardashkina // Visnyk Khmelnytskoho natsionalnoho universytetu. – 2009. – № 6. – T. 3. – S. 247–251.

Рецензія/Peer review : 20.05.2018
Надрукована/Printed : 07.06.2018
Рецензент: д. е. н., проф. Орлов О. О.

УДК 338.585

ДРАЖНИЦЯ С. А.

Хмельницький національний університет

ЦІНА ЕФЕКТИВНОСТІ КОМЕРЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ТОРГОВЕЛЬНОГО ПІДПРИЄМСТВА

На основі критичного аналізу таких економічних понять, як «ціна», «вартість», «ефект», «ефективність», «комерційна діяльність», автор визначає поняття «ціна ефективності комерційної діяльності торговельного підприємства». Трактуючи даного поняття супроводжується авторським визначенням кола факторів, що впливають та визначають цей показник. З метою оптимізації ціни ефективності комерційної діяльності торговельного підприємства автор пропонує конкретні практичні заходи.

Ключові слова: ефект, ефективність, комерційна діяльність, ціна ефективності.

DRAZHNYTSYA S.

Khmelnitsky National University

PRICE OF EFFICIENCY OF COMMERCIAL ACTIVITY OF A TRADING ENTERPRISE

The purpose of this study is to determine the essence of the category «the price of the efficiency of commercial activities of a trading enterprise», the definition of the range of factors on which this category depends and the formation of practical recommendations for optimizing a certain indicator at domestic enterprises of the trade and intermediary industry. On the basis of a critical analysis of such economic concepts as «price», «cost», «effect», «efficiency», «commercial activity», the author defines the concept of «the cost of the commercial activity of a commercial enterprise» as a ratio between the size of trade, as the total effect of commercial activity, and total costs for the creation and use of funds involved in the commercial process, its organization and implementation. The interpretation of this concept is accompanied by the author's definition of the range of factors that influence and determine this indicator. Such factors are the level of organization and automation of the company's commercial activities, the level of financial security, the qualifications of the staff, the breadth and quality of the commercial service, etc. Thus, the price of the commercial activity of a trading enterprise is an important economic indicator that reflects the quality of the performance of commercial activity by a particular trading enterprise. In order to optimize the price of the commercial activity of the trade enterprise, the author suggests that in case of shortage of current assets the domestic retailers apply a rational economy policy or change the business model of their enterprise somewhat, orienting it to expand and use advanced methods and means of trade, logistics and communication support. In extremely difficult situations, it is advisable for trade enterprises to use these measures in parallel.

Keywords: effect, efficiency, commercial activity, price efficiency.

Постановка проблеми. За останні декілька років Україна пережила багато різних структурних і системних трансформацій, змін та реформ. Одні з них принесли позитивний результат, інші такого результату не принесли, але були й такі реформи, які здатні принести позитивний результат лише за певних умов. Причому, дані умови не завжди є досяжними через брак ресурсів. Це загальноекономічна тенденція, яка поширюється на усі галузі народного господарства, у тому числі і на комерційну діяльність торговельних підприємств. Оскільки торгівля є надто динамічною галуззю народного господарства, то вона має максимально швидко реагувати на усі зміни навколишнього середовища, змінюватись відповідно до зміни умов задля досягнення високого рівня ефективності своєї діяльності. Проте, останнім часом все частіше трапляються випадки, коли торговельне підприємство після проведення змін не може досягти бажаного рівня ефективності через великі затрати задля проведення самих змін. Іншими словами, зміни на краще можуть невиправдано дорого коштувати підприємству.

Таким чином, керівництво торговельного підприємства постає перед цілком реальною проблемою – що робити, аби підняти ефективність комерційної діяльності за прийнятних умов? Дана проблема в умовах сьогодення набуває великої актуальності. Вирішенню цієї проблеми і присвячується наше дослідження.

Аналіз останніх досліджень. Варто відмітити, що питанням аналізу ефективності комерційної діяльності присвячені ряд наукових праць провідних вчених-економістів, серед яких Апопій В.В. [1, с. 433–440], Балабанова Л.В. [2, с. 34–58], Башнянин Г.І. [3, с. 65–79], Дражниця С.А. [4], Савицька Г.В. [6, с. 242–338], та ін. У працях зазначених вчених чітко визначено суть комерційної діяльності та її функції, основні ознаки і критерії ефективності комерційної діяльності, фактори впливу, тощо. Ми у своїх попередніх працях розглядали основні методичні підходи до визначення економічної ефективності електронної комерції. Проте питання умов або ціни досягнення ефективності комерційної діяльності торговельним підприємством в науковій літературі висвітлено недостатньо. Саме цей факт і обумовив вибір даної теми для проведення дослідження.

Постановка завдання. Таким чином, метою даного дослідження є визначення суті ціни ефективності комерційної діяльності торговельного підприємства, факторів впливу на неї та шляхів оптимізації. Відповідно, основними завданнями дослідження є наступні:

- визначити суть та структуру поняття «ціна ефективності комерційної діяльності торговельних підприємств»;

- вивчити фактори впливу на ціну ефективності;
 - запропонувати практичні шляхи оптимізації ціни ефективності комерційної діяльності торговельних підприємств.

Виклад основного матеріалу. Усім давно відомо, що ціна – це фундаментальна економічна категорія, яка відображає грошову вартість товарів, робіт чи послуг, включаючи собівартість та додану вартість, яка є джерелом формування прибутку підприємства. Але у цьому визначенні нічого не сказано про процеси зокрема, та діяльність в цілому. Це дає підстави замислитись, а чи можна, взагалі, застосовувати категорію «ціна» до іншої економічної категорії – «ефективність»? Чи таке словосполучення взагалі може існувати чи ні?

На пленарному засіданні шістнадцятої міжнародної науково-практичної конференції «Проблеми планування в ринкових умовах», яка відбулась 15–17 вересня 2017 року в місті Одеса, професор Криворізького національного університету Зінченко Олена Антонівна у своєму виступі обґрунтувала доцільність використання такого терміну, як «якість прибутку». Оцінювати якість прибутку Олена Антонівна запропонувала за стабільністю позитивної тенденції росту самого прибутку. На нашу думку, якість прибутку краще оцінювати за рівнем витрат підприємства на досягнення певного його рівня та використання цього прибутку, адже в переважній більшості прибуток має цільовий характер використання. Таким чином, ми маємо грошовий вираз вартості прибутку, а отже і його ціну. Оскільки прибуток – це економічний результат діяльності комерційного підприємства (у тому числі й торговельного), то ціна прибутку є нічим іншим як ціною економічної ефективності комерційної діяльності даного підприємства. Основними факторами, які впливають на даний показник, є рівень організації та автоматизації комерційної діяльності торговельного підприємства, рівень його фінансової стійкості та забезпеченості, кваліфікація персоналу, широта та якість торговельного обслуговування, тощо.

Проте, у даному випадку ми говоримо лише про економічну ефективність комерційної діяльності підприємства. Але ж діяльність будь-якого комерційного підприємства оцінюється не лише за рівнем економічного ефекту. Діяльність підприємств окрім економічної ефективності характеризується ще й соціальною ефективністю, організаційною та технологічною, або як її ще називають «операційною». Структура цих видів ефективності напряму залежить від функцій (видів діяльності) різних підприємств. Так, скажімо, основним видом діяльності торговельних підприємств є комерційна діяльність, яка у свою чергу складається із набору різних за своєю суттю бізнес-процесів. Відомо, що складовими бізнес-процесами комерційної діяльності торговельного підприємства є деякі маркетингові процеси (аналіз ринку, вивчення і формування купівельного попиту та стимулювання збуту, пошук джерел товаропостачання), організаційно-економічні процеси (організація та планування закупівельної роботи, організація, прогнозування та планування збуту товарів, управління асортиментом товарів та товарними запасами, організація транспортно-логістичної діяльності, налагодження господарських зв'язків та контроль за виконанням умов договорів і контрактів), а також суто технологічні процеси, що пов'язані із доведенням товарної маси від виробника до споживача (підготовка товарів до продажу, фасування, маркування та викладка товарів у торговому залі, зберігання та транспортування товарів, виконання торгово-технологічного процесу тощо). Очевидно, що ефективність комерційної діяльності торговельного підприємства в цілому складається із сукупності ефективностей кожного її бізнес-процесу, які мають і свою ціну. Таким чином, ціна ефективності комерційної діяльності торговельного підприємства визначається сумарним значенням ціни кожного її бізнес-процесу, які ми зазначили вище:

$$C_{\kappa\delta} = \sqrt[n]{C_1 + C_2 + C_n}, \quad (1)$$

де $C_{\kappa\delta}$ – ціна комерційної діяльності торговельного підприємства,
 C_1-C_n – ціна окремих бізнес-процесів комерційної діяльності торговельного підприємства,
 n – кількість бізнес-процесів комерційної діяльності.

Із даної формалізації ціни комерційної діяльності торговельного підприємства витікає цілком закономірне питання – як же визначити ціну кожного її бізнес-процесу окремо, якщо вони абсолютно різні за своєю суттю? Вирішити дане питання ми пропонуємо взявши за основу підхід, запропонований професором Орловим Олівером Олексійовичем, щодо визначення маржинального прибутку за видами продукції. Формально даний підхід має такий вигляд:

$$M = P - V, \quad (2)$$

де M – рівень маржинального прибутку одиниці продукції,
 P – ціна одиниці продукції,
 V – змінні витрати на одиницю продукції.

Цінність даного підходу полягає у можливості визначення прибутковості (а отже і ціни ефективності) кожної одиниці продукції у загальній номенклатурі підприємства.

Оскільки ми аналізуємо не продукцію чи послуги, а бізнес-процеси комерційної діяльності торговельного підприємства, то формула визначення ціни ефективності кожного окремого бізнес-процесу матиме наступний вигляд:

$$C_{\delta n} = E_{\delta n} - V_{\delta n}, \quad (3)$$

де $C_{\delta n}$ – ціна ефективності окремого бізнес-процесу,
 $E_{\delta n}$ – ефективність бізнес-процесу,
 $V_{\delta n}$ – витрати на виконання бізнес-процесу.

За даною формулою ми бачимо, що ціна ефективності (прибутковості) окремого бізнес-процесу визначається як різниця між розміром його економічного ефекту та затратами на його реалізацію. Оскільки будь-який процес чи діяльність, у тому числі і комерційна діяльність торговельного підприємства, окрім економічних показників має ще й часовий вимір, то для визначення рівня ціни її ефективності варто визначити залежність усіх її основних якісних показників, таких як ціна ефективності, прибуток та час.

Відомо що збільшення ціни призводить до збільшення прибутку. При цьому, прибуток збільшиться не миттєво, а протягом якогось часу. Тобто, з часом прибуток буде збільшуватись, а ціна, відповідно, зменшуватись. Таким чином, такі категорії як ціна й прибуток мають прямо пропорційну залежність, а ось ціна і час – навпаки обернено пропорційну залежність. Формально дана залежність матиме такий вигляд:

$$C_{\text{ко}} = \frac{P}{t}, \quad (4)$$

де $C_{\text{ко}}$ – ціна ефективності комерційної діяльності торговельного підприємства,
 P – прибуток (ефективність) комерційної діяльності торговельного підприємства,
 t – період часу комерційної діяльності торговельного підприємства.

На практиці таку залежність можна прослідкувати за таким прикладом. З метою збільшення розміру товарообороту, як економічного ефекту комерційної діяльності торговельного підприємства, дане підприємство придбало нове торговельне обладнання, здійснивши певні фінансові витрати. Відразу після придбання нового обладнання розмір товарообороту торговельного підприємства збільшився, але ще не покрив вартості даного обладнання, а тому ціна такого ефекту (ріст товарообороту) є досить високою. Проте з часом, коли завдяки динаміці росту товарообороту торговельного підприємства його прибуток подвоїться чи потроїться, повністю покривши витрати на придбання обладнання, ціна ефективності такої оборудки буде зведеною до нуля.

Виходячи із формули 4, за необхідності, з легкістю можна визначити прогнозний відрізок часу, необхідний для реалізації запланованого проекту, знаючи його ціну та плановий розмір ефективності (прибутку) (формула 5), та навпаки – встановити плановий прибуток виходячи із ціни проекту та ліміту часу на його реалізацію (формула 6).

$$t = \frac{P}{C} \quad (5)$$

$$P = C \cdot t \quad (6)$$

Отже, даний підхід дає можливість структурно проаналізувати ціну ефективності комерційної діяльності торговельного підприємства з метою розробки програми її оптимізації. Так, до прикладу, з метою оптимізації ціни ефективності комерційної діяльності торговельного підприємства можна запропонувати, у разі нестачі оборотних активів, застосувати політику раціональної економії, або ж дещо змінити бізнес-модель підприємства, зорієнтувавши його на розширення та використання прогресивних методів і засобів торгівлі, логістики та комунікаційного забезпечення. У крайній складних ситуаціях торговельним підприємствам доцільно застосовувати ці стратегії паралельно.

Висновок. Таким чином, ціна ефективності комерційної діяльності торговельного підприємства – це важливий економічний показник, який відображає якість здійснення комерційної діяльності тим чи іншим торговельним підприємством. Він складається із ціни усіх бізнес-процесів, що входять у структуру комерційної діяльності та залежить від розміру їх ефекту та часу виконання. Ціна ефективності комерційної діяльності торговельних підприємств є відображенням доцільності реалізації окремих бізнес-процесів у короткостроковій та довгостроковій перспективі та може бути використаною у процесі прийняття управлінських рішень. Оптимізувати ціну комерційної діяльності торговельного підприємства можна, наприклад, запровадивши політику раціональної економії ресурсів, або ж інтенсифікації комерційної діяльності через її автоматизацію та інформатизацію. Проте, полігамність самих бізнес-процесів комерційної діяльності торговельного підприємства та, відповідно, і факторів впливу на них, визначають перспективність подальших наукових досліджень у даному напрямку.

Література

1. Апопій В.В. Комерційна діяльність : підруч. / за ред. проф. В.В. Апопія. – Вид. 2-е, перероб. і доп. – К. : Знання, 2008. – 558 с.
2. Балабанова Л.В. Комерційна діяльність: маркетинг і логістика : навчальний посібник / Балабанова Л.В., Германчук А.М. – К. : ВД «Професіонал», 2004. – 288 с.
3. Башнянин Г.І. Комерційна діяльність підприємств на товарному ринку: проблеми ефективності торгових операцій / Башнянин Г.І., Лазур П.Ю., Носов О.Ю. – Л. : Видавництво Львівської комерційної академії, 2003. – 157 с.
4. Дrajниця С.А. Деякі методичні підходи щодо оцінки ефективності онлайн-рjтейлу / С.А. Дrajниця // Ефективна економіка : електронне наукове фахове видання. – Режим доступу : <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=2843&p=1>.

5. Орлов О.А. Маржинализм и проблемы измерения «полезности» / О. А. Орлов // Вісн. Хмельниц. нац. ун-ту. Екон. науки. – 2012. – № 5, т. 1. – С. 7–11.

6. Савицька Г. В. Економічний аналіз діяльності підприємства : навч. посібник. / Г.В. Савицька. – 3-є вид., випр. і доп. – К. : Знання, 2007. – 668 с.

References

1. Apopii V.V. Komertsiiina diialnist : pidruch. / za red. prof. V.V. Apopiiia. – Vyd. 2-e, pererob. i dop. – K. : Znannia, 2008. – 558 s.
2. Balabanova L.V. Komertsiiina diialnist: marketynh i lohistyka : navchalnyi posibnyk / Balabanova L.V., Hermanchuk A.M. – K. : VD «Profesional», 2004. – 288 s.
3. Bashnianyn H.I. Komertsiiina diialnist pidpriemstv na tovarnomu rynku: problemy efektyvnosti torhovykh operatsii / Bashnianyn H.I., Lazur P.Iu., Nosov O.Iu. – L. : Vydavnytstvo Lvivskoi komertsiiinoi akademii, 2003. – 157 s.
4. Drazhnytsia S.A. Deiakі metodychni pidkhody shchodo otsinky efektyvnosti onlain-riteilu / S.A. Drazhnytsia // Efektyvna ekonomika : elektronne naukove fakhove vydannia. – Rezhym dostupu : <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=2843&p=1>.
5. Orlov O.A. Marzhynalyzm y problemy yzmerenyia «poleznosty» / O. A. Orlov // Herald of Khmelnytskyi National University. – 2012. – № 5, t. 1. – S. 7–11.
6. Savytska H. V. Ekonomichnyi analiz diialnosti pidpriemstva : navch. posibnyk. / H.V. Savytska. – 3-ye vyd., vypr. i dop. – K. : Znannia, 2007. – 668 s.

Рецензія/Peer review : 12.05.2018

Надрукована/Printed : 07.06.2018

Рецензент: д. е. н., проф. Ковальчук С. В.

УДК 338.264

КОЗЫРЬ-ЧЕПУРНАЯ М. А.

ООО «Научно-инженерный центр УК «РЕЙЛТРАНСХОЛДИНГ», г. Мариуполь

ИЕРАРХИЧЕСКОЕ ПЛАНИРОВАНИЕ РЕСТРУКТУРИЗАЦИИ ПРОМЫШЛЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ: ПРОБЛЕМА, КОНЦЕПЦИЯ И МЕТОДИЧЕСКИЕ ПОДХОДЫ К РЕШЕНИЮ

Обоснованы и систематизированы предпосылки и методологические положения по разработке многоуровневых систем стратегического планирования реструктуризации промышленных предприятий на основе принципов непрерывного скользящего планирования, стандартизации и применения методов оптимального планирования. Обоснован комплекс методологических положений по формированию систем непрерывного скользящего многоуровневого стратегического планирования реструктуризации промышленных предприятий и структура задач оптимального планирования, ядро которого составляют единообразные представления о стратегии и стратегические планы реструктуризации предприятия различных иерархических уровней, система взаимосогласованных принципов иерархического планирования, унифицированный состав элементов планов всех уровней и описание их атрибутов, механизмы согласования планов смежных иерархической уровней и смежных временных периодов, задачи дезагрегирования стратегии в стратегические планы низших иерархических уровней с учетом принципа скользящего планирования в оптимизационной постановке. Возможности и действенность предложенных методологических положений и методического инструментария продемонстрированы на примере разработки системы стратегических планов реструктуризации работающего машиностроительного предприятия. Применение предложенного иерархического подхода позволяет существенно упростить общую проблему разработки стратегии реструктуризации предприятий и ее корректировки во времени и пространстве основных компонент планов за счет ее последовательной декомпозиции на более простые в решении задачи оптимального планирования.

Ключевые слова: машиностроительное предприятие, реструктуризация, иерархическое планирование.

KOZYR-CHEPURNA M.

LLC "SCIENCE AND ENGINEERING CENTER OF THE MANAGING COMPANY "REYLTRANSKHOLDING", Mariupol

HIERARCHICAL PLANNING OF RESTRUCTURING OF INDUSTRIAL ENTERPRISES: PROBLEM, CONCEPTUAL IDEA AND METHODOLOGICAL APPROACHES TO ITS SOLUTION

Backgrounds and methodological provisions for development of the multi-level systems of strategic planning for restructuring of industrial enterprises based on the principles of continuous sliding planning, standardization and applied methods of optimal planning are substantiated and systematized. A complex of methodological provisions to make the systems of multi-level and continuous sliding strategic planning for restructuring of industrial enterprises, a problem structure of optimal planning, where single point representations of the strategy and strategic plans for enterprise restructuring of various hierarchical levels are the focus, a system of mutually agreed principles of hierarchical planning, unified content of elements of the plans of all levels and description of their attributes, coordination mechanisms for the plans of adjacent hierarchical levels and adjacent time-based periods, problems of disaggregation of the strategy to the strategic plans of lower hierarchical levels with the principle of sliding planning involved in terms of optimization are substantiated. Possibilities and efficiency of the suggested methodological provisions and methodical tools are illustrated in the developed system of strategic plans for restructuring of the operating machine building enterprise. Application of the suggested hierarchical approach provides for substantial simplification of the common problem in development of the strategy for enterprise restructuring and for its correction over time and space as for the main elements of the plans through its phased decomposition into the problems of optimal planning that are simpler in their solution.

Keywords: machine-building enterprise, restructuring, hierarchical planning.

Постановка проблемы. В современных условиях залогом возрождения отечественной промышленности является коренная реструктуризация промышленных предприятий, предусматривающая кардинальное обновление производственного аппарата, внедрения новейших технологий, освоение и выпуск конкурентоспособной продукции, выход на высоко конкурентные международные рынки промышленной продукции.

Процесс реструктуризации предприятий является объектом стратегического управления и стратегического планирования в частности – науки, которая зародилась и развивается многие годы усилиями исключительно западных ученых в условиях, присущих развитой рыночной экономике. Ключевыми чертами такой среды является богатый практический опыт как управленцев, так и ученых в проведении реструктуризации предприятий и стратегического управления в целом, высокий профессиональный уровень специалистов предприятий по стратегическому управлению, наличие обширного методологического и методического материала по управлению процессами реструктуризации предприятий, в котором систематизирован мировой практический и научный опыт в этой области.

Кардинально противоположной является ситуация с реструктуризацией, стратегическим управлением и стратегическим планированием на уровне предприятия в отечественной экономике. Исторически сложилось так, что стратегическое управление в советские времена как функция управления предприятиями практически не рассматривалась. Не проводилась на промышленных предприятиях и работа

по стратегическому планированию развития предприятий. Не способствовали внедрению современных методов стратегического управления и планирования в управленческую практику отечественных предприятий, их освоению специалистами и регулярные экономические кризисы 1990-х, 2000-х и 2010-х годов.

Существенным препятствием на пути внедрения современных методов управления реструктуризацией предприятий, основанных на методах стратегического анализа, управления и планирования, является их ориентация на опыт, квалификацию и интуицию менеджмента предприятий, что выражается в недостаточном уровне формализации основных процедур, необходимости значительной творческой составляющей при выполнении основных этапов, широком использовании экспертных методов решения многих вопросов стратегического планирования.

Преодоление трудностей подобного рода возможно на пути более строгой методической проработки основных этапов стратегического планирования реструктуризации промышленных предприятий с применением методов системного анализа и комплексного подхода к построению систем стратегического планирования реструктуризации.

Анализ последних исследований и публикаций. В современной научной литературе, посвященной проблеме реструктуризации промышленных предприятий [43–49], процесс реструктуризации не рассматривается как специфический объект планирования, а при обсуждении фазы планирования в соответствующих публикациях обычно содержатся ссылки на общепринятые подходы к планированию, включая те, что разработаны в рамках проектного менеджмента. В то же время общепризнанными являются следующие особенности этого процесса [50–52]:

- наличие и необходимость выделения уровней стратегии, стратегического, тактического и оперативного планов;
- процесс планирования реструктуризации должен быть непрерывным и основываться на постоянном мониторинге хода выполнения плана реструктуризации, состояния внешней и внутренней среды предприятия;
- это должен быть иерархически организованный процесс, предусматривающий разработку стратегии реструктуризации и ее последующую трансформацию (детализацию) в планы нижестоящих уровней;
- в ходе планирования допускается изменение планов любого уровня иерархии, включая стратегию реструктуризации.

Стратегическое планирование является относительно самостоятельной, относящейся к высшему уровню иерархии составляющей общей системы планирования реструктуризации предприятий, которая должна быть четко разграничена с подсистемами планирования нижестоящих иерархических уровней. Критерии такого разграничения современной теорией планирования и управления недостаточно хорошо изучены [53, 54, 55].

Существующие подходы к стратегическому планированию на уровне предприятий, разработанные представителями западной экономической школы применительно к условиям развитой рыночной экономики и многолетнего практического опыта по стратегическому управлению, широко опираются на неформальные методы, опыт и квалификацию управленческого персонала. Для их описания используется различная, не всегда строго определенная, неоднозначная терминология, нередко элементы эклектики при определении этапов и последовательности работ при разработке стратегии и стратегическом планировании реструктуризации [56–59]. Все это в условиях экономик переходного периода, отсутствия достаточной практики в проведении успешной реструктуризации в промышленности Украины и в стратегическом управлении развитием предприятий в целом, служит серьезным препятствием на пути внедрения современных методов стратегического планирования и управления в управленческую практику отечественных промышленных предприятий.

Один из возможных подходов к решению указанной проблемы разрабатывается в трудах ряда украинских ученых в рамках концепции непрерывного многоуровневого иерархического планирования реструктуризации промышленных предприятий (см. [60, 61]).

Формулирование целей статьи. Цель статьи состоит в обосновании и систематизации предпосылок и методологических положений по разработке многоуровневых систем стратегического планирования реструктуризации промышленных предприятий на основе принципов непрерывного скользящего планирования и стандартизации, а также применения методов оптимального планирования.

Изложение основного материала исследований. Теоретическим фундаментом разработки систем иерархического планирования реструктуризации промышленных предприятий могут служить представления о стратегии, стратегических, тактических и оперативных планах как о планах с идентичной структурой, но отличающихся уровнем детализации их компонент. Как показано в статье [62], основными компонентами таких планов являются объект и временной период планирования, цели, мероприятия, порядок и график их выполнения, исполнители работ, ресурсы, необходимые для выполнения работ, ресурсные и временные ограничения, состояние предприятия и его внешней среды. Одним из основных инструментов обеспечения структурной совместимости планов может служить унификация элементов

описания каждой компоненты плана и комплекс иерархически упорядоченных классификаторов всех компонент и элементов, что достигается следующим образом.

Процесс разработки первоначальной системы иерархически упорядоченных планов должен осуществляться "сверху – вниз" путем разработки стратегии (плана высшего иерархического уровня) и ее декомпозиции в планы нижестоящих уровней на основе системы классификаторов всех составляющих плана, включая классификаторы временных периодов планирования, видов деятельности предприятия, его структурных подразделений, материальных, трудовых и прочих ресурсов предприятия и т.д. В процессе реализации планов система планов может подвергаться корректировке как "сверху – вниз", так и "снизу – вверх" в зависимости от побудительных причин.

Предложенный и описанный в [62, 63, 64] иерархический подход к построения системы планов реструктуризации предприятий позволяет дифференцировать стратегический, тактический и оперативный уровни планирования и применять наиболее подходящие методы решения возникающих на каждом уровне задач. Этот подход выдвигает в разряд актуальных проблему согласования планов различных иерархических уровней, решение которой возможно на пути разработки механизмов согласования планов смежных иерархических уровней, а с учетом механизмов адаптации планов к фактическим и возможным в будущем изменениям внутренней и внешней среды, и механизмов адаптации планов смежных временных периодов.

Методологическую основу данного подхода образует система методологических принципов иерархического планирования [65], разработанная по результатам критического анализа и систематизации большой совокупности известных принципов планирования (рис. 1).

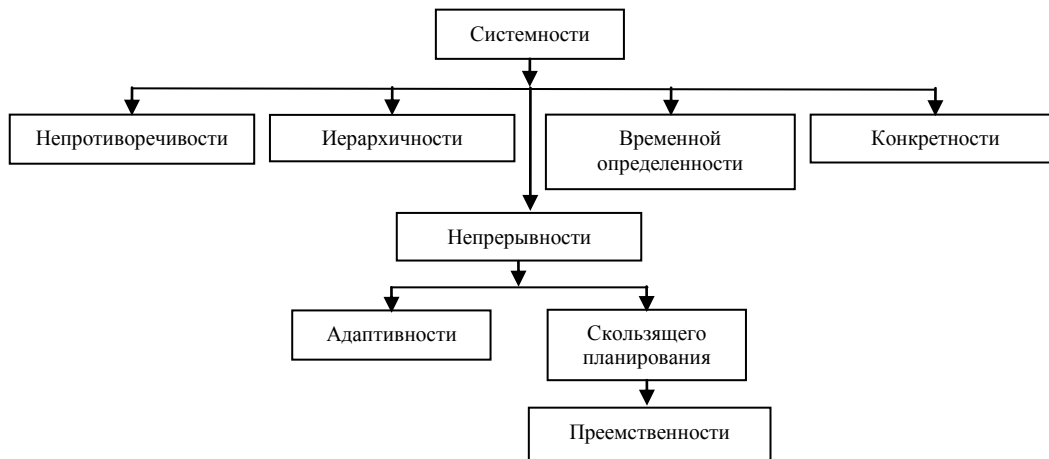


Рис. 1. Методологические принципы иерархического планирования

Методологические и методические положения по описанию и разработке систем иерархического планирования развития предприятий разработаны по аналогии с методологией структурно-функционального моделирования предприятий (стандарта IDEF0) и ERP, включают в себя перечень типовых элементов (компонент) произвольной задачи планирования, описание содержания каждого компонента и основных его атрибутов, предусматривают в качестве обязательного условия сопряжения планов смежных иерархических уровней и плановых периодов наличие иерархически организованных классификаторов объектов планирования, плановых периодов, ресурсов и других элементов плана [66].

Основным инструментом декомпозиции агрегированной стратегии реструктуризации предприятия является задача разработки детализированного по времени стратегического плана на основе агрегированного плана-стратегии в рамках систем иерархического планирования реструктуризации промышленных предприятий, которая включает в себя как одну из основных составляющих задачу согласования планов двух смежных иерархических уровней (по срокам выполнения плановых мероприятий и выделенным на выполнения соответствующих работ ресурсам) с возможностью корректировки параметров обоих планов для обеспечения их одновременной выполнимости [67]. Указанная задача формулируется как задача оптимального планирования, для решения которых возможно применение приближенных методов решения сложных по структуре оптимизационных задач. Основными переменными этой задачи являются булевы переменные, отвечающие каждой работе, каждому возможному ее исполнителю и каждому подпериоду планового периода, которые принимают значение 1, если в соответствующий подпериод планового периода запланировано выполнение данной работы конкретным исполнителем, значение 0 в противном случае.

Другим важным вопросом построения многоуровневых систем непрерывного скользкого планирования реструктуризации промышленных предприятий на стратегическом уровне является вопрос обеспечения в математических постановках задач оптимального планирования преемственности планов смежных плановых периодов, предполагающего адаптацию каждого последующего плана к изменениям

состояния предприятия и внешней среды с учетом фактической реализации плана и изменений плановых заданий планов вышестоящих иерархических уровней (см. рис. 2).

Постановка задачи оптимального планирования, удовлетворяющая указанным требованиям и допускающая возможность ее сведения к известным в математическом программировании задачам оптимизации, для которых существуют эффективные алгоритмы решения, предложена в работе [68]. В этой работе показано, что в системе иерархического непрерывного скользящего планирования данная модель должна использоваться совместно с моделью согласования планов смежных иерархических уровней в случае неразрешимости задачи оптимального планирования нижестоящего уровня, которая является обязательной составляющей механизма корректировки планов.

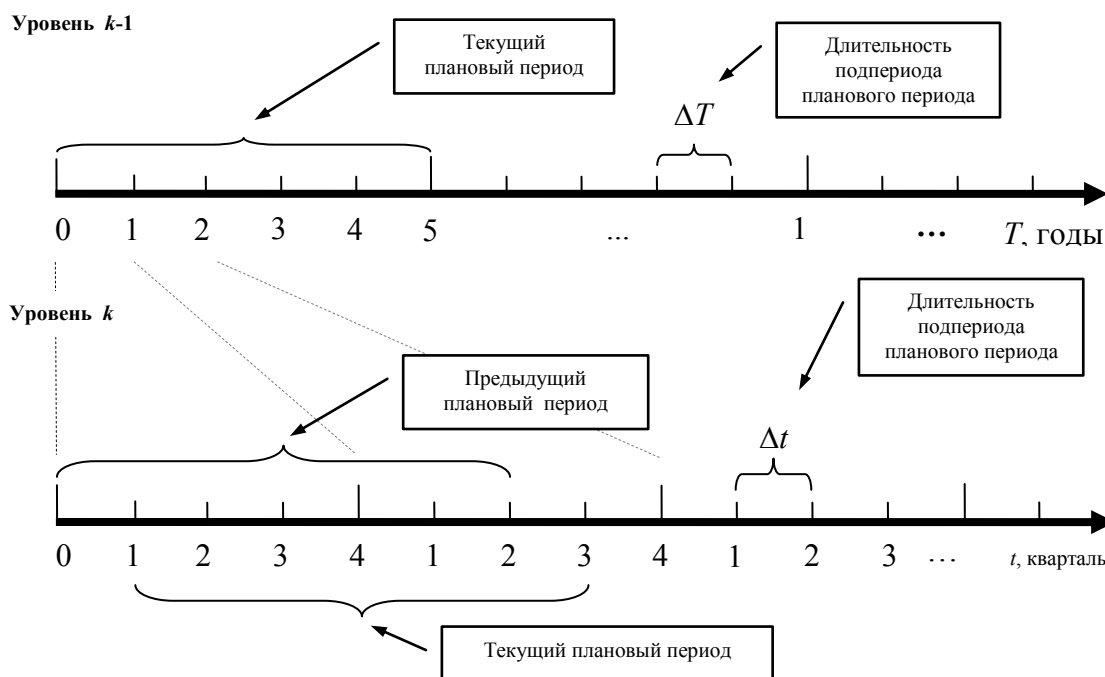


Рис. 2. Временные соотношения планов смежных иерархических уровней и плановых периодов.

На основании результатов многочисленных вычислительных экспериментов с условными моделями иерархического планирования обоснован вывод, что алгоритмы, базирующиеся на общих идеях метода Монте-Карло, требуют больших временных ресурсов для получения квазиоптимальных решений, однако могут служить эффективным инструментом решения задач согласования планов смежных иерархических уровней и плановых периодов в системах многоуровневого непрерывного планирования.

Предложенный методический подход апробирован на примере задачи разработки системы планов реструктуризации конкретного промышленного предприятия. В частности, обоснована возможность использования в качестве объекта апробации ОАО "НМЗ", входящего в состав холдинга "Рейлтрансхолдинг" (Украина), которое создавалось как предприятие электротехнической промышленности и до последнего времени производило электротермическое и электросварочное оборудование. В условиях доминирования на рынке такой продукции производителей с мировым именем, НМЗ исчерпал потенциал развития в этой отрасли и способен обеспечивать лишь безубыточное функционирование. В то же время Холдинг, являясь крупным оператором грузовых железнодорожных перевозок в Пространстве 1520 и владея большим парком грузовых вагонов, нуждается в регулярном пополнении собственного вагонного парка новыми вагонами, обслуживании и ремонте имеющегося подвижного состава.

Анализ состояния и тенденций развития рынка железнодорожных грузоперевозок в рамках Пространства колеи 1520, вагоностроения стран СНГ и Балтии показывает, что отдельные сегменты рынка грузовых железнодорожных вагонов являются привлекательными для Холдинга, что послужило основанием для решения о реструктуризации ОАО "НМЗ", предусматривающей организацию на предприятии производства продукции вагоностроения [61, 69].

При формировании системы стратегических планов реструктуризации этого предприятия на верхнем уровне стратегического планирования стратегия считается известной и задается в максимально агрегированном виде указанием главной цели, единого комплекса мероприятий, срока их выполнения, затрат в стоимостном выражении, исполнителя (табл. 1).

Содержание задачи дезагрегирования стратегии (построения стратегического плана 2-го уровня иерархии) заключается в определении стратегического плана (графика выполнения работ) в пространстве детализированных планового периода (кв.), мероприятий, ресурсов и их запасов (мощности Холдинга по

проведению работ, связанных с подготовкой производства, строительного-монтажных и пуско-наладочных работ, производству, финансы) в рамках горизонта планирования и силами Холдинга в целом как исполнителя с учетом показателей стратегии [70].

Таблица 1

Основные компоненты стратегии реструктуризации НМЗ (стратегический план 1-го уровня)

№	Компонента плана	Содержание
1	Цель	Организация производства вагонной продукции в установленном объеме
2	Работа	Комплекс мероприятий по организации производства вагонной продукции, рассматриваемый как единое целое
3	Горизонт планирования, Временной шаг, Длительность работы	3,5 года
4	Ресурсы	Финансовые (стоимостная оценка затрат на выполнения всего комплекса мероприятий)
5	Исполнители	Холдинг в целом

В результате решения указанной задачи в различных постановках были получен ряд решений. Базовое решение иллюстрирует рис. 3 и характеризуется наибольшей длительностью реализации стратегии вследствие ограниченности определенных ресурсов в первые два подпериода планового периода.

Работа	Подпериод планового периода													
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14
1.1														
1.2														
1.3														
1.4														
1.5														

Рис. 4. Диаграмма Ганта достижения цели "Организация производства вагоностроительной продукции"

Учет возможности корректировки имеющихся у Холдинга запасов ресурсов и введение в критерий оптимальности условия минимизации сроков начала всех работ позволили получить наиболее подходящий план с указанием величин дополнительных запасов ресурсов соответствующих видов в соответствующие подпериоды планового периода (рис. 4).

Работа	Подпериод планового периода													
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14
1.1														
1.2														
1.3														
1.4														
1.5														

Рис. 5. Диаграмма Ганта достижения цели "Организация производства вагоностроительной продукции"

Последующая декомпозиция стратегического плана для трех основных изделий (грузовая тележка (1.1), крытый вагон (1.2) и платформа (1.3)) предусматривала его детализацию в плановом периоде длительностью 18 мес. (горизонт планирования плана 3-го уровня) с помесечной разбивкой, в разрезе ресурсов (мощности подразделений главного конструктора, главного технолога, службы маркетинга и др.) и их запасов с учетом показателей плана вышестоящего уровня и ограничений на сроки и порядок работ (см. табл.2 и рис. 6, а также [71]).

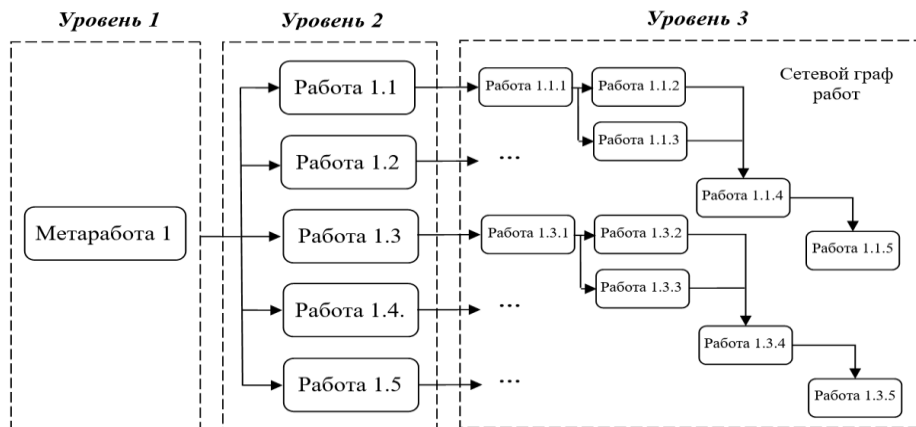


Рис. 6. Структура и сетевой граф выполнения работ стратегического плана 3-го уровня

Таблиця 2

Работы стратегического плана реструктуризации НМЗ 3-го уровня

Изделие	Номер работы	Название	Длительность, мес.
Тележка	1.1.1	Технологическая подготовка производства	6
	1.1.2	Изготовление оснастки для производства изделия	8
	1.1.3	Строительно-монтажные работы	16
	1.1.4	Освоение технологии производства	6
	1.1.5	Аттестация, сертификация, вывод на проектную мощность	6
Крытый вагон	1.3.1	Технологическая подготовка производства	5
	1.3.2	Изготовление оснастки для производства изделия	6
	1.3.3	Строительно-монтажные работы	7
	1.3.4	Освоение технологии производства	3
	1.3.5	Аттестация, сертификация, вывод на проектную мощность	6
Платформа	1.4.1	Технологическая подготовка производства	4
	1.4.2	Изготовление оснастки для производства изделия	6
	1.4.3	Строительно-монтажные работы	6
	1.4.4	Освоение технологии производства	3
	1.4.5	Аттестация, сертификация, вывод на проектную мощность	6

На рис. 7 приведено решение задачи построения начального стратегического плана 3-го уровня иерархии.

Работа	Подпериод планового периода																		
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19*
1.1.1																			
1.1.2																			
1.1.3																			
1.1.4																			
1.1.5																			
1.3.1																			
1.3.2																			
1.3.3																			
1.3.4																			
1.3.5																			
1.4.1																			
1.4.2																			
1.4.3																			
1.4.4																			
1.4.5																			

(*) – фиктивный добавочный подпериод для переходящих и перенесенных работ.

Рис. 7. Диаграмма Ганта начального плана 3-го уровня иерархии

В плане, приведенном на этой диаграмме, работы 1.3.5 и 1.4.5 являются переходящими в (скользящий) план следующего планового периода, а работы 1.1.4 и 1.1.5 – перенесенными на более поздние сроки. Промежуток времени между завершением работы 1.3.3 и началом работы 1.3.4 обусловлена дефицитом у предприятия общих ресурсов в подпериод № 13 планового периода.

План, соответствующий следующему временному периоду и построенный на основе начального плана с учетом принципа скользящего планирования, показан на рис. 8. При расчете этого варианта плана считалось, что все работы предыдущего плана, назначенные на первый плановый подпериод, выполнены, и возможно увеличение запасов лимитирующих ресурсов. Благодаря последнему условию, при незначительном повышении запасов общих ресурсов в соответствующий период, были достигнуты более сжатые сроки выполнения работ плана по сравнению с первоначальным вариантом.

В целом апробация предложенного инструментария на примере задачи разработки скользящего плана, т.е. плана 3-го уровня для второго и последующих подпериодов планового периода, с различными предположениями продемонстрировала возможность построения планов, согласованных с планом 2-го

уровня и, одновременно, удовлетворяющих всем установленным требованиям преемственности планов смежных временных подпериодов.

Работа	Подпериод планового периода																		
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19
1.1.1																			
1.1.2																			
1.1.3																			
1.1.4																			
1.1.5																			
1.3.1																			
1.3.2																			
1.3.3																			
1.3.4																			
1.3.5																			
1.4.1																			
1.4.2																			
1.4.3																			
1.4.4																			
1.4.5																			

Рис. 8. Диаграмма Ганта плана 3-го уровня иерархии следующего (скользящего) периода

Выводы. Проблема планирования реструктуризации предприятий имеет комплексный междисциплинарный характер, для решения которой наиболее подходящими являются методы системного анализа и, в частности, метод декомпозиции. Процесс планирования реструктуризации должен быть иерархически организованным, предусматривать разработку стратегии реструктуризации и ее последующую детализацию в планы нижестоящих иерархических уровней.

Теоретическим фундаментом разработки систем иерархического планирования реструктуризации промышленных предприятий может служить представления о стратегии, стратегических, тактических и оперативных планах как о планах с идентичной структурой, но с различным уровнем детализации всех их компонент. Процесс разработки первоначальной системы иерархически упорядоченных планов должен осуществляться "сверху – вниз" путем разработки стратегии и ее дезагрегирования в планы нижестоящих уровней, базирующегося на системе классификаторов всех составляющих плана как обязательной составляющей системы иерархического планирования и отвечающий единой системе методологических принципов, среди которых ключевое положение занимают принципы системности, непротиворечивости, иерархичности, непрерывности, временной определенности и конкретности, адаптивности, преемственности, скользящего планирования.

Основу построения иерархических систем стратегического планирования составляет решение проблемы согласования планов различных иерархических уровней, предполагающее разработку механизмов согласования планов смежных иерархических уровней и планов смежных временных периодов каждого иерархического уровня.

Обязательным условием обеспечения согласованности планов в системах иерархического планирования является унификация описания как самих планов, так и языка описания задач планирования и правил их формирования. Описание и разработку систем иерархического планирования реструктуризации предприятий целесообразно осуществлять на основе идей и принципов описания и разработки функциональной модели предприятия, реализованных в стандарте IDEF0 и ERP-системах, позволяющие определить перечень типовых элементов произвольной задачи планирования, содержание каждого такого компонента и основные его атрибуты.

Разработка детализированного по времени стратегического плана на основании агрегированного плана-стратегии в рамках системы иерархического планирования реструктуризации промышленных предприятий включает себя как одну из ключевых составляющих задачу согласования планов двух смежных иерархических уровней с возможностью корректировки параметров обоих планов для обеспечения их одновременной выполнимости. К числу другой ключевой составляющей относится задача обеспечения преемственности планов смежных плановых периодов, предполагающей адаптацию каждого последующего плана к изменениям состояния предприятия и внешней среды с учетом фактической реализации предыдущего плана и изменений плановых заданий планов вышестоящих иерархических уровней.

Обе указанные задачи, с учетом ряда упрощающих предположений, могут быть сформулированы как задачи оптимального планирования, для решения которых эффективно применение известных методов приближенного решения сложных по структуре оптимизационных задач.

Литература

43. Bert van Manen. Methodology for Enterprise Restructuring / Bert van Manen. – 2001-2003. – 11 p. URL: <https://www.google.com/url?sa=t&ret=j&q=&esrc=s&source=web&cd=2&cad=rja&uact=8&ved=0ahUK EwihSOT6rZLVAhWoLcAKHUGTDc4QFggsMAE&url=http%3A%2F%2Fwww.vanmanen.biz%2FERP.doc&usq=AFQjCNE5kqvCpD6Jm9tRRcWafBs5jsn4-Q>.

44. Bert van Manen. Meat Processing Factory 'Makh Impex' JSC Post-Privatisation Restructuring / Bert van Manen, Selenge Nergui. – 2001. – 30 p. URL: <http://www.vanmanen.biz/MIC.doc>.
45. Corporate restructuring. Lessons from experience: Edited by Michael Pomerleano, William Shaw. – The World Bank, 2005. – 436 p.
46. Gary B. Hansen. Guide to Enterprise Restructuring and Competitiveness: A Labor and Human Resource Approach / Gary B. Hansen. – 2003. – 288 p.
47. Feldmann Clarence G. The Practical Guide to Business Process Reengineering Using IDEF0 / Feldmann Clarence G. – Dorset House Publishing Company, Incorporated, 1998. – 240 p.
48. Manual on diagnostic and industrial restructuring. – Vienna: UNIDO, 1997. – 198 p.
49. Santarek K. Enterprise restructuring and improvement // AIM Conference, Enterprise restructuring / improvement, Scopje, 22-25 September, 2011. URL: http://www.europe-aim.eu/wp-content/uploads/2012/07/Santarek-2011-Skopje-K.S.-2011_09_23.pdf.
50. Мазур И.И. Реструктуризация предприятий и компаний : справочное пособие / И.И. Мазур, В.Д. Шапиро и др. – М. : Высшая школа, 2000. – 587 с.
51. Реструктуризация предприятий и компаний [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.gaexpert.ru/researches/restructuring/part1/>.
52. Управление проектами : учеб. пособие / И. И. Мазур [и др.] ; под общ. ред. И. И. Мазура и В. Д. Шапиро. – 6-е изд., стер. – М. : Издательство "Омега Л", 2010. – 960 с.
53. Акофф Р. Планирование будущего корпорации / Акофф Р. ; пер. с англ. – М. : Прогресс, 1985. – 327 с.
54. Denning B.W. The Extent and Natura of Corporate Long-Range Planning in the United Kingdom – I / B.W. Denning, M.E. Lehr // Journal of Management Studies. – 1971. – Vol. 8, Issue. 2. – P. 145–161.
55. Denning B.W. The Extent and Natura of Corporate Long-Range Planning in the United Kingdom – II / B.W. Denning, M.E. Lehr // Journal of Management Studies. – February 1972. – Vol. 9. – P. 1–18.
56. Bryson J.M. Strategic planning for public and nonprofit organizations: a guide to strengthening and sustaining organizational achievement / Bryson J.M. – 4th ed. – San Francisco: Jossey-Bass, 2011. – 576 p.
57. Hosmer L.T. The importance of strategic leadership / L.T. Hosmer // Journal of Business Strategy. – 1982. No. 3(2). – P. 47–57.
58. Lorange P. How to design a strategic planning system / P. Lorange, R.F. Vancil // Harvard Business Review. – 1976. – No. 54 (5). – P. 75–81.
59. Marshall D.R. Strategic planning: one size doesn't fit all / Marshall D.R. // University Business. – 2004. – No. 7. – P. 11–12.
60. Шпак С.А. Концепция непрерывного скользящего иерархического планирования реструктуризации предприятия / С.А. Шпак // Вісник Хмельницького національного університету. – 2013. – № 3. – Т. 2. Економічні науки. – С. 177–182.
61. Шпак С.А. Реструктуризация предприятий. Диагностика и анализ как инструмент целеполагания / Шпак С.А. – М. : Издательство "Авторская книга", 2015. – 215 с.
62. Рачковский Э.А. Проблема согласования планов в системе иерархического планирования реструктуризации промышленных предприятий [Электронный ресурс] / Э.А. Рачковский, М.А. Козырь-Чепурная // Ефективна економіка. – 2013. – № 11. – Режим доступа : <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=2532>
63. Козырь-Чепурная М.А. Иерархическое планирование реструктуризации предприятий: основные понятия, компоненты и задачи / М.А. Козырь-Чепурная // Наука в інформаційному просторі : Х міжнар. наук.-прак. конф., 21-22 листопада 2014 року. – Дніпропетровськ, 2014. – Т. 3. – С. 18–24.
64. Козырь-Чепурная М.А. Структурные взаимосвязи стратегических планов в системе иерархического планирования реструктуризации предприятий / М.А. Козырь-Чепурная // Бизнес Информ. – 2015. – № 2. – С. 241–248.
65. Kozyr-Chepurna M.A. Enterprise restructuring: principles of planning (methodological aspects) / M.A. Kozyr-Chepurna // Вісник Хмельницького національного університету. – 2015. – № 3, Т. 2. Економічні науки – С. 183–192.
66. Козырь-Чепурная М.А. К вопросу о стандартизации описания иерархических систем стратегического планирования реструктуризации предприятий / М.А. Козырь-Чепурная // Оралдын гылым жаршысы. – 2015. – № 6 (137). – С. 52–67.
67. Козырь-Чепурная М.А. Задача согласования планов смежных иерархических уровней в системе стратегического планирования реструктуризации предприятий / М.А. Козырь-Чепурная // Бизнес Информ. – 2016. – № 1. – С. 138–144.
68. Козырь-Чепурная М.А. Реализация принципа преемственности планов в модели адаптивного планирования реструктуризация предприятий / М.А. Козырь-Чепурная, А.Б. Алёхин // Вісник Хмельницького національного університету. – 2015. – № 4, Т. 3. Економічні науки – С. 163–170.
69. Рачковский Э.А. Оценка привлекательности и выбор целевых сегментов рынка в стратегическом планировании реструктуризации промышленных предприятий / Рачковский Э.А. – Одесса : ИПРЭИ, 2017. – 208 с.

70. Козырь-Чепурная М.А. Дезагрегирование стратегии реструктуризации машиностроительного предприятия / М.А. Козырь-Чепурная // Вісник Хмельницького національного університету. – 2017. – № 4. Економічні науки – С. 214–222.

71. Козырь-Чепурная М.А. Декомпозиция стратегического плана реструктуризации машиностроительного предприятия с учетом преэмптвенности планов смежных периодов / М.А. Козырь-Чепурная, И.В. Бердник // Проблеми економіки. – 2017. – № 3. – С. 182–190.

References

1. Bert van Manen. Methodology for Enterprise Restructuring [Elektronnyy resurs] / Bert van Manen. – 2001-2003. – 11 p. – Rezhim dostupa: <https://www.google.com/url?sa=t&rcet=j&q=&esrc=s&source=web&cd=2&cad=rja&uact=8&ved=0ahUKewihsOT6rZLVAhWoLcAKHUGTDc4QFggsMAE&url=http%3A%2F%2Fwww.vanmanen.biz%2FERP.doc&usq=AFQjCNE5kqvCpD6Jm9tRRcWafBs5jsn4-Q>.
2. Bert van Manen. Meat Processing Factory 'Makh Impex' JSC Post-Privatisation Restructuring [Elektronnyy resurs] / Bert van Manen, Selenge Nergui. – 2001. – 30 p. – Rezhim dostupa: <http://www.vanmanen.biz/MIC.doc>.
3. Corporate restructuring. Lessons from experience : Edited by Michael Pomerleano, William Shaw. – The World Bank, 2005. – 436p.
4. Gary B. Hansen. Guide to Enterprise Restructuring and Competitiveness: A Labor and Human Resource Approach / Gary B. Hansen. – 2003. – 288 p.
5. Feldmann Clarence G. The Practical Guide to Business Process Reengineering Using IDEF0 / Feldmann Clarence G. – Dorset House Publishing Company, Incorporated, 1998. – 240 p.
6. Manual on diagnostic and industrial restructuring. – Vienna: UNIDO, 1997. – 198 p.
7. Santarek K. Enterprise restructuring and improvement [Elektronnyy resurs] // AIM Conference, Enterprise restructuring / improvement, Scopje, 22-25 September, 2011. – Rezhim dostupa: http://www.europe-aim.eu/wp-content/uploads/2012/07/Santarek-2011-Skopje-K.S.-2011_09_23.pdf.
8. Mazur I.I. Restrukturizatsiya predpriyatiy i kompaniy : spravochnoe posobie / I.I. Mazur, V.D. Shapiro i dr. – M.: Vysshaya shkola, 2000. – 587 s.
9. Restrukturizatsiya predpriyatiy i kompaniy [Elektronnyy resurs]. – Rezhim dostupa : <http://www.raexpert.ru/researches/restructuring/part1/>.
10. Upravlenie proektami : ucheb. posobie / I. I. Mazur [i dr.] ; pod obsch. red. I. I. Mazura i V. D. Shapiro. – 6_e izd., ster. – M. : Izdatel'stvo "Omega_L", 2010. – 960 s.
11. Akoff R. Planirovanie budushchego korporatsii : per. s angl. / Akoff R. – M.: Progress, 1985. – 327 s.
12. Denning B.W. The Extent and Natura of Corporate Long-Range Planning in the United Kingdom – I / B.W. Denning, M.E. Lehr // Journal of Management Studies. – 1971. – Vol. 8, Issue. 2. – P. 145-161.
13. Denning B.W. The Extent and Natura of Corporate Long-Range Planning in the United Kingdom – II / B.W. Denning, M.E. Lehr // Journal of Management Studies. – February 1972. – Vol. 9. – P. 1-18.
14. Bryson J.M. Strategic planning for public and nonprofit organizations: a guide to strengthening and sustaining organizational achievement / Bryson J.M. – 4th ed. – San Francisco: Jossey-Bass, 2011. – 576 p.
15. Hosmer L.T. The importance of strategic leadership / L.T. Hosmer // Journal of Business Strategy. – 1982. No. 3(2). – P. 47-57.
16. Lorange P. How to design a strategic planning system / P. Lorange, R.F. Vancil // Harvard Business Review. – 1976. – No. 54 (5). – P. 75-81.
17. Marshall D.R. Strategic planning: one size doesn't fit all / Marshall D.R. // University Business. – 2004. – No. 7. – P. 11-12.
18. Shpak S.A. Kontseptsyya nepreryvnoho skol'z'yashchego yerarkhicheskoho planirovaniya restrukturyzatsyy pred-priyatiya / S.A. Shpak // Herald of Khmelnytskyi National University. – 2013. – 3. – T. 2. Ekonomichni nauky. – S. 177-182.
19. Shpak S.A. Restrukturyzatsyya predpriyaty. Dyahnostyka y analiz kak ynstrument tselepolahaniya / Shpak S.A. – M.: Yzdatel'stvo "Avtorskaya knyha". – 2015. – 215 s.
20. Rachkovskiy E.A. Problema sohlasovaniya planov v systeme yerarkhicheskoho planirovaniya restrukturyzatsyy promyshlennykh predpriyaty / E.A. Rachkovskiy, M.A. Kozyr'-Chepurnaya // Efektyvna ekonomika. – 2013. – 11. – Rezhim dostupa k zhurn. : <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=2532>.
21. Kozyr'-Chepurnaya M.A. Yerarkhicheskoe planirovaniye restrukturyzatsyy predpriyaty: osnovnye ponyatiya, komponenty y zadachy / M.A. Kozyr'-Chepurnaya // Nauka v informatsionomu prostori : Kh mizhnar. nauk.-prak. konf., 21-22 lystopada 2014 roku. – Dnipropetrovsk, 2014. – T. 3. – S. 18-24.
22. Kozyr'-Chepurnaya M.A. Strukturnye vzaymosvyazy stratezhicheskikh planov v systeme yerarkhicheskoho planirovaniya restrukturyzatsyy predpriyaty / M.A. Kozyr'-Chepurnaya // Byznes Ynform. – 2015. – 2. – S. 241-248.
23. Kozyr'-Chepurna M.A. Enterprise restructuring: principles of planning (methodological aspects) / M.A. Kozyr'-Chepurna // Herald of Khmelnytskyi National University. – 2015. – 3, T. 2. Ekonomichni nauky – S. 183-192.
24. Kozyr'-Chepurnaya M.A. K voprosu o standartyzatsyy opysaniya yerarkhicheskikh system stratezhicheskoho planirovaniya restrukturyzatsyy predpriyaty / M.A. Kozyr'-Chepurnaya // Oraldyn hyl'm zharshysy. – 2015. – 6 (137), Ekonomycheskye nauky. – S. 52-67.
25. Kozyr'-Chepurnaya M.A. Zadacha sohlasovaniya planov smezhnykh yerarkhicheskikh urovney v systeme stratezhicheskoho planirovaniya restrukturyzatsyy predpriyaty / M.A. Kozyr'-Chepurnaya // Byznes Ynform. – 2016. – 1. – S. 138-144.
26. Kozyr'-Chepurnaya M.A. Realyzatsyya pryntsyapa preemstvennosti planov v modely adaptivnoho planirovaniya restrukturyzatsyya predpriyaty / M.A. Kozyr'-Chepurnaya, A.B. Alekhyn // Herald of Khmelnytskyi National University. – 2015. – 4, T. 3. Ekonomichni nauky – S. 163-170.
27. Rachkovskiy E.A. Otsenka privlekatel'nosti i vybor tselevykh segmentov rynku v stratezhicheskoy planirovaniy restrukturyzatsii promyshlennykh predpriyaty / Rachkovskiy E.A. – Odessa: IPREEI, 2017. – 208 s.
28. Kozyr'-Chepurnaya M.A. Dezagregirovanie strategii restrukturyzatsii mashinostroitel'nogo predpriyatiya / M.A. Kozyr'-Chepurnaya // Herald of Khmelnytskyi National University. – 2017. – № 4. Ekonomichni nauky – S. 214-222.
29. Kozyr'-Chepurnaya M.A. Dekompozitsiya stratezhicheskogo plana restrukturyzatsii mashinostroitel'nogo pred-priyatiya s uchptom preemstvennosti planov smezhnykh periodov / M.A. Kozyr'-Chepurnaya, I.V. Berdник // Problemy ekonomiky. – 2017. – № 3. – S. 182-190.

Рецензія/Peer review : 01.05.2018

Надрукована/Printed : 02.06.2018

Рецензент: д. е. н., проф. Альохін О. Б.

УДК 330

КУЖЕЛЬ М.Ю.

Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана

ПОТРЕБА У АДМІНІСТРУВАННІ ПРОЦЕСУ ЗМІН НА ПІДПРИЄМСТВІ

Розглянуто особливості адміністрування основних етапів процесу змін на підприємстві. Визначено ступінь адміністративного впливу за умови різних стилів впровадження змін. З'ясовано роль адміністрування для підвищення результативності та ефективності змін.

Ключові слова: адміністрування, управління змінами, менеджмент, управління підприємством, результативність, ефективність.

KUZHEL M.

SHEI "Kyiv National Economic University named after Vadym Hetman"

FEATURES OF ADMINISTRATION OF THE PROCESS OF CHANGES IN THE ENTERPRISE

Changes are an integral part of existence in the modern world. Managing change means moving the organization to meet the demands of time in terms of increasing effectiveness, efficiency and competitiveness. In the conditions of rapid changes in the external environment it is necessary to operate effectively and productively changes. Administrative management methods form the foundation for implementing changes for the vast majority of known models. Advantages of using administrative methods in the process of implementation of the draft changes are: the ability to formulate the rules of the planned activities and comply with it; availability of fast results of change projects; the ability to predict the budget of the draft changes and implement the draft changes with maximum efficiency. The disadvantages of using administrative methods of management in the process of implementing changes in the enterprise should include - possible strengthening of resistance to change. However, this reaction can be prevented or neutralized by detailed information of the staff about the events that will take place in the company and its consequences. Also, this method of management can hinder professional growth and staff development, limiting its initiative and freedom. But administrative methods of management in the conditions of introduction of changes – aren't always appropriate. Successful experience of implementation of projects of changes demonstrates that the initiative of employees from within the company is necessary. As the result, in article is offered balance option between use of administrative methods of management and formation of the corporate culture focused on an initiative and freedom of decision-making by employees.

Keywords: administration, change management, management, enterprise management, effectiveness, efficiency.

Постановка проблеми. Сучасним організаціям доводиться працювати умовах, що швидко змінюються. Тому важливим стає питання адаптації до змін та здатність управляти змінами. Адже, якщо зміни зовні починають випереджати зміни зсередини, це означає початок кінця, за висловлюванням Джека Велча, одного з найталановитіших управлінців минулого сторіччя. Загалом, розвиток – безперервний процес змін, що призводить до якісних трансформацій. Розвиток неможливий без змін, зміни його невід'ємний атрибут. Використовувати зміни у зовнішньому середовищі як можливості розвитку для підприємства та керувати змінами всередині для підвищення ефективності діяльності та посилення конкурентних позицій – нагальна потреба кожного сучасного підприємства. Підвищити результативність та ефективність змін, особливо на великих підприємствах, допомагають принципи адміністрування, адже здатні систематизувати та впорядкувати достатньо динамічний процес.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. В статті використано моделі управління змінами наступних авторів: К. Левіна, Р. Бекхарда, М. Біра, К. Тюрлі, Ч. Бернарда, І. Ансоффа, Н. Норія, Ф. Гуїяра, Дж. Н. Келлі, І. Адизеса.

Формулювання цілі статті. Метою статті є з'ясування ролі та особливостей використання адміністративних методів управління в процесі здійснення змін на підприємстві, визначення ключових характеристик та ступеню адміністративного впливу в процесі реалізації основних етапів змін з метою підвищення їх ефективності.

Виклад основного матеріалу дослідження. Проблематикою управління змінами науковці займаються понад п'ятдесят років. Класичним підходом до управління змін вважається К. Левін. Його модель управління змінами, вперше розроблена в 1958 році, розділяла процес змін на три стадії: теперішній (початковий) стан, стан переходу та бажаний (кінцевий) стан, або розморожування, зміни та заморожування. Початковий стан (status quo) – стійкий стан рівноваги, який не змінюється до того часу, поки певна сила не зруйнує його. Стан переходу – це фаза, в якій проходить відхилення від "status quo". Протягом цього періоду розробляються нові ідеї, стилі поведінки, які приведуть до бажаного (кінцевого) результату. Щоб досягти кінцевого стану потрібно пройти через період невизначеності, дискомфорту перехідного стану.

Розморожування системи організації, тобто активізації впливу факторів, що сприяють формуванню почуття незадоволення існуючим станом. Дії керівника мають бути спрямовані на руйнування старих правил та процедур та встановлення нових. Результатом розморожування є усвідомлення працівниками організації недоцільності старих стереотипів та моделей поведінки, виявлення помилок у роботі.

Внесення змін до розмороженої системи спричиняє її нестабільний стан. Внесення змін передбачає ініціацію трансформаційних процесів, які можливо реалізувати переважно за використання адміністративних методів управління.

Адміністративні методи управління – це система способів і прийомів організаційно-розпорядчої дії, яка використовується для організації і координації об'єктів управління з метою виконання поставлених завдань. Адміністративні методи забезпечують чіткий розподіл обов'язків в апараті управління, додержання правових норм і повноважень у вирішенні питань господарської діяльності, а також застосування заходів примусу і дисциплінарної відповідальності. Вони тісно пов'язані з іншими методами. Так, виконання планових завдань забезпечується організаційно-розпорядчим впливом апарату управління на колективи людей.

Заморожування (закріплення) нового стану передбачає застосування певних заходів підтримки та контролю нововведення. Також етап заморожування вимагає закріплення нових правил та норм, що доречно реалізувати за використання адміністративних методів – прописавши в політиках, правилах, процедурах нові правила роботи, закріпивши чи заморозивши їх тим самим.

Р. Бекхард бачив програму змін, що складається з наступних процесів: постановка цілей і визначення майбутнього стану або організаційних умов, яких необхідно досягти за результатами змін; діагностика існуючих умов діяльності підприємства; розробка плану дій на перехідний період і формування прихильності колективу, необхідної для реалізації запланованого; розробка стратегій та деталізація плану дій для управління даним переходом в світлі аналізу факторів, здатних вплинути на процес проведення змін.

Варто приділяти особливу увагу в процесі реалізації проектів етапу постановки цілей, орієнтованих на довгострокову перспективу, що стосується усіх без винятку моделей змін. Навіть у разі короткострокових очікувань варто усвідомлювати керівництву та інформувати підлеглих про те, яким чином поточні зміни відібраються на подальших перспективах діяльності підприємства. За дослідженнями американських економістів, лише 71 компанія із опублікованого в 1955 році журналом «Fortune» першого списку 500 топ компаній США зуміла дожити до початку наступного століття. Дані компанії об'єднувало наявність візії – стратегічного бачення власного майбутнього у довготерміновій перспективі. Тому сформульовані поточні цілі змін мають бути узгоджені з візією, візія ж, у свою чергу, має бути закріплена за допомогою адміністративних інструментів в ключових документах компанії та носити практичний, а не декларативний характер.

М. Бір і співавтори в статті в журналі Harvard Business Review «Чому програми змін не призводять до змін», припустили, що більшість таких програм керується теорією змін, яка принципово невірна, та запропонували власне бачення моделі змін. Першим кроком варто мобілізувати прихильність змінам через спільний аналіз проблем. Ініціатором подібного аналізу варто виступати вищому керівництву підприємства та запрошувати до участі усіх бажаючих. Адміністративні важелі на даному етапі допоможуть визначити учасників проектною групи, строки виконання аналізу, забезпечать надання ресурсів для реалізації етапу проекту. Наступний крок – розробка спільного бачення організаційних процесів і способів управління з тим, щоб підвищити ефективність діяльності. Новий підхід має бути задокументовано та регламентовано його імплементацію, адже, в іншому випадку, залишиться декларативна заява. Згодом слідує етап – стимулювання прийняття нового бачення для його реалізації й поширення. Стимулювати допомагають інструменти мотивації та засоби стимулювання. Матеріальні важелі впливу на персонал варто балансувати з нематеріальними. Надалі Бір пропонує підвищити активність всіх відділів, без тиску зверху – не форсувати цю задачу, а дозволити кожному відділу знайти свій шлях до нової організації. В подальшому слід інституціоналізувати (закріпити, узаконити) активність через формальну політику, системи і структури, що можливо зробити виключно за використання адміністративних методів управління. Надалі необхідно контролювати і коригувати стратегії у відповідь на проблеми процесу оновлення.

Отже, навіть за умови впровадження моделі управління змінами, що ґрунтується не на тиску зверху та орієнтована на максимальне залучення персоналу, неможливо обійтися без адміністрування. Організаційна дія адміністративних методів проявляється у формах організаційного регламентування, нормування і організаційно-методичного інструментування. Найбільш вони є в період створення нових організацій (підприємств), а також під час впровадження проектів змін. Адже організаційне регламентування дозволяє встановити правила, на основі яких функціонує підприємство, його підрозділи чи окремі працівники. Ці правила визначаються статутом підприємства, положенням про відділи, правилами внутрішнього розпорядку тощо. Вони ґрунтуються на законодавчій базі та використовуються у тісному зв'язку з правовими методами.

К. Тюрлі у своїх працях дав характеристику підходів, які слід враховувати і використовувати при побудові моделі управління змінами в організації. До них він відніс:

1. Директивний або авторитарний – нав'язування змін в кризових ситуаціях, чи коли інші методи зазнали фіаско. Здійснюється за допомогою авторитарного управління без проведення консультацій з працівниками, виключно адміністративними методами.

2. Переговорний – підхід, за яким влада розподіляється між працедавцем і працівником, ведеться процес переговорів і досягається компроміс до початку реалізації проекту зміни.

3. Завоювання сердець – проведення комплексних змін в установках і цінностях, створення

загального бачення через залученість працівників. Проте процедура проекту змін подібно до писаної вище за М. Біром, тому включає використання адміністративних методів в процесі реалізації.

4. Аналітичний – це раціональний і логічний підхід, який використовується послідовно від діагностики ситуації до постановки цілей, проектування процесу, оцінки проміжних результатів, планування наступних етапів. Організаційне та ресурсне забезпечення реалізується адміністративними методами.

5. Заснований на дії – цей підхід ґрунтується на визнанні існування певних проблем, які ще не мають чіткого визначення. Пошук можливих рішень методом спроб та помилок призводить до визначення характеру проблеми, після чого виникає розуміння можливого оптимального рішення проблемної ситуації.

Відомий американський економіст Ч. Бернард зазначав, що перед реалізацією певних організаційних змін доцільно зробити зважений вибір управлінських важелів з метою забезпечення необхідного впливу на підлеглих, причетних до змін; враховувати структуру та обсяги витрат, які зумовлюються змінами, та ймовірність їх повної окупності; брати до уваги фактор часу; спрямовувати зміни в напрямку підвищення ефективності діяльності організації. Бернард Ч. підкреслював, що чітка регламентація процесу впровадження змін сприяє підвищенню їх результативності. Адже організаційне нормування, як інструмент адміністративного управління, дозволяє встановити межі дій технічних, технологічних, економічних і організаційних норм. Організаційно методичний інструментарій дає можливість пояснити виконання робіт найраціональнішим способом, а також перевірити знання та вміння виконавців.

Модель управління стратегічними змінами І. Ансоффа акцентує увагу на зміні трьох важливих компонентів у ході стратегічних змін, а саме: стратегії, що дасть нову продукцію і нові ринки; компетенції управління, що включає систему, структуру, вміння, знання і навички; поведінки персоналу, включаючи норми, поняття, цінності розподіл влади. Послідовність впровадження змін в організації за баченням Ансоффа наступна: стратегія – система – поведінка реформаторів. Впровадження моделі починається з розробки і пропаганди нового бачення перспектив майбутніх ринків і визначення стратегії їх завоювання, а також обов'язковим є забезпечення умов для широкої участі персоналу у перетвореннях. Початок змін, що ініціюється зверху використовує переважно адміністративні важелі впливу та значну увагу приділено отриманню швидких результатів, для закріпленню успіхів та поглиблення процесу змін запропоновано заходи за змінами у корпоративній культурі.

Відомою моделлю управління змінами є Теорія Е і О організаційних змін М. Біра та Н. Норія. Теорія Е виходить із домінування значущості прибутку та фінансових цілей і орієнтована на використання "жорстких методів" здійснення організаційних змін "зверху донизу" адміністративними методами. Ця теорія використовується, якщо необхідні швидкі і кардинальні зміни. Керівники, які сповідують Теорію Е, використовують, як правило, авторитарний стиль управління, приділяючи основну увагу створенню структури і систем на основі механістичного підходу.

У 1990-і рр. теорія Е стала домінуючою моделлю організаційних змін у Китаї. Згодом вона стала проникати в управлінську практику у Європі. Одна з головних причин подібної популярності – отримання швидких і суттєвих результатів, спрямованих на поліпшення фінансового стану. Використання адміністративних методів компенсується задоволенням базових потреб, зокрема, у стабільності. Теорія О орієнтована на корпоративну культуру, цілі і мотиви співробітників організації та використовує "м'які" методи, зміни "знизу нагору" – навчання і розвиток співробітників, зміни параметрів корпоративної культури. Вона спрямована на поступовий розвиток та розрахована на тривалий період. Прихильники Теорії О стверджують, що акцент на структурі і системі, особливо нав'язаний згори, не призведе до фундаментальних змін. Проста зміна структури і системи не змінює культуру. Культурні зміни вимагають від менеджменту емоційно залучати людей, щоб нові структура і системи не зустрічали опору. Проте саме вони дають швидкий результат та змогу реагувати на наявні кризові явища.

Сформульовані ще німецьким соціологом М. Вебером принципи бюрократичного управління державними службовцями до сьогодні є актуальними. Зокрема, це чітка фіксація формальних посадових обов'язків кожного працівника; визначений алгоритм службових взаємин, прав і відповідальності; стандартизація формалізованих процедур у процесі управління; суворий відбір кандидатів на заміну посадових вакансій за професійними та моральними вимогами; періодична атестація кадрів для оцінки компетенції службовців та прийняття рішень про їх просування по службі. Жодна свободі дій працівників та корпоративна культура не може забезпечити ефективного функціонування підприємства за ігнорування вищезгаданих принципів.

Частково відповідає моделі Е – модель управління змінами "біологічної корпорації" Ф. Гуїяра та Дж. Н. Келлі. Автори ідеї стверджують, що організація – це живий організм, а зміни є об'єктивними процесами його розвитку. Переосмислення поточного стану є підготовчим етапом для забезпечення ефективності, а контроль за розмірами компанії сприяє розвитку їх компетенцій. Основними етапами моделі є: рефреймінг (досягнення мобілізації, вироблення бачення перспектив); реструктуризація (перетворення з метою досягнення конкурентоспроможності підприємства); оживлення (зростання за рахунок концентрації на потребах ринку, винаходу нових видів бізнесу і нових інформаційних технологій); оновлення

(вироблення "рефлексів адаптації" до змін навколишнього середовища, створення мотивації розробки системи винагороди, формування нових знань тощо). Модель передбачає значну деталізацію та урахування виробничих і психологічних аспектів персоналу, проте є досить складною для сприйняття та вимагає залучення висококваліфікованих управлінців.

Початок поточного століття характеризується розвитком економіки знань, поглибленням глобалізації та загостренням конкуренції. Зміни на глобальному рівні втратили циклічність та стали непередбачуваними. Отже, управління змінами потребує нового рівня складності. Все більше науковців погоджуються з концепцією практика І. Адізеса, що в процесі управління змінами пропонує зважати на життєвий цикл підприємства. За цієї моделі, при правильній стратегії і тактиці розвитку компанії, вона може досягти розквіту і перебувати у певному стані нескінченно довго. Ключ до ефективного управління організацією – це вміння зосередитися на вирішенні проблем, які властиві даній стадії життєвого циклу організації таким чином, щоб сприяти її подальшому розвитку.

Висновки. Отже, зміни є невід'ємною частиною існування в сучасному світі. Управляти змінами – означає скеровувати рух організації відповідно вимогам часу в бік підвищення результативності, ефективності та конкурентоспроможності. Адміністративні методи управління становлять фундамент для впровадження змін за переважною більшістю відомих моделей. Перевагами використання адміністративних методів в процесі реалізації проектів змін є: здатність сформувати регламент запланованих заходів та дотриматися його; наявність швидких результатів проектів змін, що мотивує персонал до подальших перетворень; можливість прогнозовано розрахувати бюджет проекту змін та реалізувати проект змін з максимальною ефективністю, коли результат проекту переважає вартість ресурсів, витрачених на його реалізацію.

До недоліків використання адміністративних методів управління в процесі реалізації змін на підприємстві варто віднести можливе посилення опору змінам. Проте дану реакцію можливо попередити чи нейтралізувати детальним інформуванням персоналу про заходи, що будуть відбуватися на підприємстві та їх наслідки. Також даний метод управління може стримувати професійне зростання та розвиток персоналу, обмежуючи його ініціативу та свободу. Тому варто, за можливості, давати шанс проявити себе підлеглим, заохочувати ініціативність та відповідальність. Адже ігнорування вище згаданого недоліку може спричинити плінність кадрів та негативно відбитися на діяльності підприємства загалом.

Література

1. Впереді перемен / Джон П. Коттер ; пер. с англ. – М. : Олимп-Бизнес, 2003. – 256 с.
2. Іцхак Адізес. Управління змінами / Іцхак Адізес. – К. : Book Chef, 2018. – 400 с.
3. Корпоративная культура и управление изменениями / пер. с англ. – М. : Альпина Бизнес Брукс, 2006. – 192 с. – (Серия «Классика Harvard Business Review»).
4. Курс MBA по менеджменту / Коэн Аллен Р. (ред.) ; пер. с англ. – М. : Альпина Бизнес Букс, 2004. – 507 с.
5. Пічугіна Т. С. Управління змінами : навч. пос. / Т. С. Пічугіна, С. С. Ткачова, О. П. Ткаченко. – Х. : ХДУХТ, 2017. – 226 с.
6. Редіна Н.І. Менеджмент : навчальний посібник у схемах, таблицях і коментарях / Редіна Н.І., Комарова К.В. – Дніпропетровськ : Дніпропетровська державна фінансова академія, 2011. – 204 с.
7. Стадник В.В. Менеджмент : підручник / В. В. Стадник, М. А. Йохна. – К. : Академвидав, 2007.
8. Управління змінами : навчальний посібник / О. Є. Кузьмін, В. В. Яцура, І. І. Грибик та ін. – Львів : Видавництво Львівської політехніки, 2014. – 356 с.

References

1. Vperedi peremen / Dzhon P. Kotter ; per. s anhl. – M. : Olymp-Byznes, 2003. – 256 s.
2. Itskhak Adizes. Upravlinnia zminamy / Itskhak Adizes. – K. : Book Chef, 2018. – 400 s.
3. Korporatyvnaia kultura u upravlenye yzmenenyiamy / per. s anhl. – M. : Alpyna Byznes Bruks, 2006. – 192 s. – (Seriya «Klasyka Harvard Business Review»).
4. Kurs MBA po menedzhmentu / Koen Allen R. (red.) ; per. s anhl. – M. : Alpyna Byznes Buks, 2004. – 507 s.
5. Pichuhina T. S. Upravlinnia zminamy : navch. pos. / T. S. Pichuhina, S. S. Tkachova, O. P. Tkachenko. – Kh. : KhDUKhT, 2017. – 226 s.
6. Redina N.I. Menedzhment : navchalnyi posibnyk u skhemakh, tablytsiakh i komentariakh / Redina N.I., Komarova K.V. – Dnipropetrovsk : Dnipropetrovska derzhavna finansova akademiia, 2011. – 204 s.
7. Stadnyk V.V. Menedzhment : pidruchnyk / V. V. Stadnyk, M. A. Yokhna. – K. : Akademyvdav, 2007.
8. Upravlinnia zminamy : navchalnyi posibnyk / O. Ye. Kuzmin, V. V. Yatsura, I. I. Hrybyk ta in. – Lviv : Vydavnytstvo Lvivskoi politekhniki, 2014. – 356 s.

Рецензія/Peer review : 21.05.2018

Надрукована/Printed : 02.06.2018

Рецензент: прорецензовано редакційною колегією

УДК 005.35:631.11

КРУШЕЛЬНИЦЬКИЙ М. В.

Національний науковий центр «Інститут аграрної економіки», м. Київ

ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ РЕГУЛЮВАННЯ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ В АГРАРНІЙ СФЕРІ

Сучасна соціально спрямована ринкова економіка побудована на свободі підприємництва та суспільному порядку. Така економіка забезпечує баланс потреб та інтересів суб'єктів економічної діяльності та усіх верств суспільства, в першу чергу, акцентуючи свою увагу на підвищенні соціально-економічної відповідальності в аграрній сфері. З метою забезпечення соціальної спрямованості діяльність суб'єктів підприємництва підлягає державному регулюванню. Недостатнє та недосконале інституціональне забезпечення поглиблює розрив між економічною та соціальною стороною діяльності аграрних формувань, адже саме державні інституції повинні стимулювати розвиток соціально-економічної відповідальності шляхом формування сприятливого інституціонального середовища її підвищення. Стаття присвячена розкриттю та поглибленню теоретичних засад регулювання соціально-економічної відповідальності в аграрній сфері. Розкрито наукові підходи до вибору і використання інструментарію регулювання соціально-економічної відповідальності в аграрній сфері. Обґрунтовано інструменти та програми регулювання й посилення соціально-економічної відповідальності в аграрній сфері. Визначено принципи здійснення регулювання соціально-економічної відповідальності в аграрній сфері.

Ключові слова: аграрна сфера, розвиток села і сільських територій, соціально-економічна відповідальність, державне регулювання, державна політика регіонального розвитку.

KRUSHELNYTSKYI M.

National Scientific Center "Institute of Agrarian Economics", Kyiv

THEORETICAL BASES OF REGULATION OF SOCIAL AND ECONOMIC RESPONSIBILITY IN AGRARIAN SPHERE

The modern socially oriented market economy is built on the freedom of entrepreneurship and public order. Such an economy provides a balance of needs and interests of economic agents and all sectors of society, primarily focusing on increasing socio-economic responsibility in the agrarian sector. In order to ensure a social orientation, the activities of agrarian formations are subject to state regulation. Insufficient and imperfect institutional provision deepens the gap between the economic and social side of the activities of agrarian formations, because the state institutions should stimulate the development of socio-economic responsibility by creating a favourable institutional environment for its increase. The article is devoted to the disclosure and deepening of the theoretical basis of regulation of socio-economic responsibility in the agrarian sphere. Scientific approaches to the selection and use of tools and mechanisms to enhance the socio-economic responsibility of agrarian formations were presented. The instruments and programs for regulation and strengthening socio-economic responsibility in the agrarian sector were justified. The principles of the regulation of socio-economic responsibility in the agrarian sphere were defined.

Key words: agrarian sphere, rural and rural development, socio-economic responsibility, agrarian formations, state regulation, state policy of regional development.

Постановка проблеми. Сьогодні економіка розвинутих країн побудована на свободі підприємництва та суспільному порядку. Представлена витратами, доходами і прибутком та виконуючи соціальну, економічну й екологічну функції, така економіка забезпечує баланс потреб та інтересів суб'єктів економічної діяльності та усіх верств суспільства, в першу чергу, акцентуючи свою увагу на регулюванні соціально-економічної відповідальності в аграрній сфері. Це пов'язано з тим, що аграрне виробництво займає ключову роль в забезпеченні продовольчої безпеки держави та найнеобхідніших потреб її громадян.

Невід'ємним елементом економіки розвинутих країн є державне регулювання соціально-економічної відповідальності бізнесу, за відсутності якого виникає дисбаланс приватних та суспільних інтересів. На жаль в Україні регулювання соціально-економічної відповідальності в аграрній сфері не проводиться на належному рівні, що визначає актуальність наукових досліджень в цьому напрямку, спрямованих на вирішення проблеми підвищення мотивації суб'єктів господарювання до здійснення соціальних ініціатив.

Аналіз останніх досліджень, у яких започатковано вирішення проблеми. Значний внесок у розвиток регулювання соціально-економічної відповідальності суб'єктів господарювання в аграрній сфері здійснили В.Г. Андрійчук [7], І.Ю. Гришова [8], М.Ф. Кропивко [9], В.В. Кужель [10], Ю.О. Лупенко [11], М.Й. Малік [12], П.Т. Саблук [13], О.Г. Шпикуляк [12] та інші вчені-економісти.

Попри наявність вагомих наукових напрацювань з досліджуваної проблематики, їх аналіз засвідчує, що нормативно-правове та інституціональне забезпечення регулювання соціально-економічної відповідальності в аграрній сфері сьогодні лише формується і потребує подальшого наукового супроводу.

Мета статті – розкриття та поглиблення теоретичних засад регулювання соціально-економічної відповідальності в аграрній сфері.

Виклад основного матеріалу. Теоретичними засадами регулювання соціально-економічної відповідальності в аграрній сфері є теорія соціального ринкового господарства відомими представниками якої є В. Ойкен [14], Л. Ерхарз [15] та інші.

Узагальнення праць В. Ойкена та Л. Ерхарда дає нам підстави охарактеризувати теорію соціального ринкового господарства. До складу теорії соціального ринкового господарства крім особистої самопомогі, свободи, ініціативи входять соціальна рівновага і економічне зростання, що охоплює весь пакет соціального забезпечення. Така структура утворена наступними цілями: зростанням повної зайнятості, рівновагою платіжного балансу, а також стабільністю грошей. В теорії соціального ринкового господарства поряд зі свободою головне місце займає порядок.

З аналізу теорії соціального ринкового господарства випливає, що найгіршим варіантом є тісна співпраця підприємств-монополістів з державною владою і їхня взаємна змова, яка стає причиною багатьох соціальних бід і лише зміцнює їх вплив і місце на ринку. Теорія соціального ринкового господарства являється концепцією, яка має за основу такі категорії: порядок і свобода.

Розвинуті країни на сучасному етапі ринкових відносин використовують різноманітні теоретичні підходи до регулювання розвитку економіки, зокрема соціально-економічної відповідальності в аграрній сфері, що є фундаментальною основою розвитку країн і підвищення рівня життя всіх верств населення. Важливими чинниками, що впливають на розвиток аграрної сфери є соціальний розвиток села і економічний розвиток сільськогосподарських підприємств. Держава повинна створити таке середовище для підприємств аграрної сфери, при якому вони будуть зацікавлені в підвищенні рівня соціально-економічного становища села [1].

Регулювання соціально-економічної відповідальності в аграрній сфері забезпечується на основі використання відповідних методичних підходів, що є одними з інструментів впливу державних органів влади на сільськогосподарські підприємства, ринкову інфраструктуру, некомерційну сферу економіки нашої держави, для створення та запровадження необхідних умов, що забезпечать розвиток соціуму в соціальних, економічних і екологічних аспектах.

Регулювання соціально-економічної відповідальності в аграрній сфері становить собою складний механізм організаційного, законодавчого, адміністративного, соціального та економічного впливу на різного роду відносини.

Важливою складовою механізму державного регулювання в аграрній сфері є фінансове забезпечення розвитку українського села. Державне регулювання соціально-економічної відповідальності в аграрній сфері проводиться, базуючись на відповідних принципах: соціальних, економічних, нормативно-правових та аксіологічних (ціннісних).

Державне регулювання соціально-економічної відповідальності в аграрній сфері буде максимально ефективним, якщо в його основу закладено:

- захист економічних інтересів сільськогосподарських підприємств;
- підвищення виробничого потенціалу виробників сільськогосподарської продукції;
- чіткість, прозорість, гнучкість та ефективність аграрної політики;
- забезпечення стабільного функціонування і розвитку соціальної інфраструктури [2].

Механізм регулювання соціально-економічної відповідальності в аграрній сфері є сукупністю особливих інститутів та методів, яка має відповідну структуру, методику, інструменти впливу на сільськогосподарське підприємство з необхідним нормативно-правовим і інформаційним забезпеченням, цілком якого є вплив на суспільні відносини з метою виконання поставлених завдань, які стосуються здійснення та розвитку соціально-економічної відповідальності.

Система регулювання соціально-економічної відповідальності в аграрній сфері зображена на рис. 1.

На даному етапі модернізація регулювання соціально-економічної відповідальності в умовах формування правової й соціальної держави і становлення громадянського суспільства вимагає реформування та повноцінного функціонування державних інститутів й ефективного функціонування системи місцевого самоврядування в цілому. Модернізація інституціонального забезпечення дозволить продуктивніше використовувати матеріальні та людські ресурси і прискорити процеси української євроінтеграції.

Саме державне регулювання соціально-економічної відповідальності є основою на якій формується і функціонує стабільна національна економіка й ефективна соціальна сфера. Органи державної влади маючи в своєму розпорядженні відповідні інструменти та методи державного регулювання можуть вплинути на привабливість соціально-економічної відповідальності для підприємств аграрної сфери. Органи державної влади ефективніше оцінюють перспективи соціального розвитку, а громадськість виділяє найбільш гострі проблеми соціального та економічного характеру.

Державне регулювання соціально-економічної відповідальності сконцентроване на вирішенні таких завдань: забезпечення повноцінної роботи ринкової економіки і забезпечення балансу між соціальними та економічними показниками діяльності сільськогосподарських підприємств. Соціальна та економічна політики мають діяти з метою забезпечення повноцінного функціонування соціально спрямованого ринкового господарства.

Одним із головних інструментів державного регулювання соціально-економічної відповідальності є соціальна політика, яка спрямована на регулювання соціальної сфери, забезпечення матеріальних та культурних потреб громадян, регулювання доходів економічно активного населення та незапрацьованого.

Соціальні відносини є об'єктом соціальної політики, що регулюються механізмами та засобами, які мають в своєму розпорядженні державні інститути.

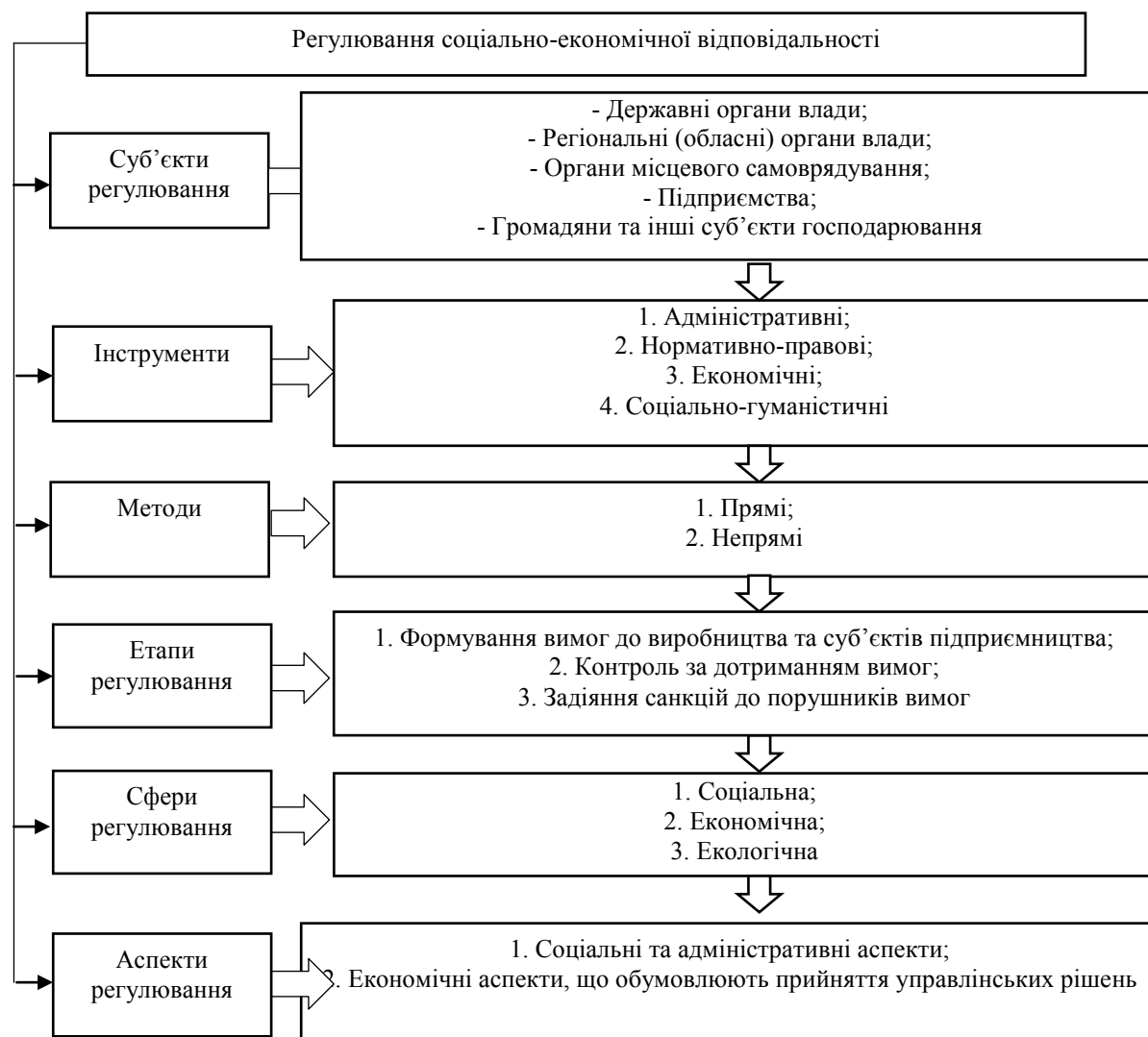


Рис. 1. Система регулювання соціально-економічної відповідальності в аграрній сфері
Джерело: сформовано автором.

На сьогоднішній день показниками, що характеризують результати соціально-економічної відповідальності в аграрній сфері є: зайнятість населення; рівень доходів домогосподарств; соціальний захист суспільства; кількість закладів соціальної інфраструктури; демографічна ситуація; соціальне партнерство; середньомісячна оплата праці; відрахування на соціальні заходи; орендна плата.

В нашій державі створення інституту соціально-економічної відповідальності відбувалося в той час, коли інститут громадського суспільства знаходився на початковій стадії розвитку. Держава як головний інститут створила недостатньо продуктивні правові, економічні та соціальні інститути.

На основі проведеного дослідження нами виділено наступні види інструментів та програм регулювання й посилення соціально-економічної відповідальності в аграрній сфері (табл. 1).

Всі ці інструменти є ефективними, проте кожен з них має свої позитивні та негативні сторони, в залежності від ситуації в якій вони реалізуються. Реалізація інструментів регулювання та посилення соціально-економічної відповідальності в аграрній сфері включає в першу чергу вибір найбільш ефективного для даної ситуації і по своїй суті є складним політичним процесом. В основу більшості стратегій соціально-економічної відповідальності закладена позитивна мотивація, що не зменшує необхідності втручання державних інститутів. Програми переконання впливають на кінцевий результат під час інформування та зацікавленості сільськогосподарських підприємств здійснювати соціально-економічну відповідальність й дотримуватись тих правил поведінки, які притаманні об'єктам економіки, що здійснюють цю політику [5].

Державні органи управління в своїй політичній діяльності щодо соціально-економічної відповідальності не здійснюють прямий контроль поведінки, проте користуються непрямим контролем над саморегулюючими організаціями. Державні установи в своїй діяльності інколи використовують програми по

залученню до суспільної діяльності сільськогосподарських підприємств з метою забезпечення суб'єктів економіки держави підтримкою серед суспільства.

Таблиця 1

Інструменти та програми регулювання й посилення соціально-економічної відповідальності в аграрній сфері

Програми	Інструменти				
	Домінуючий інструмент політики	Позитивна мотивація	Негативна мотивація	Засоби контролю	Проблеми реалізації
Програми регулювання	Загальні правила	Контракт Дозвіл Права	Заборони Розпорядження Контроль	Контроль на рівні поведінки	Опір з боку тих, на кого орієнтована програма та порушення норм
Мотиваційні програми	Мотивація економічна	Субсидії та гранти	Податки Виплати Штрафи	Контроль на рівні мотивацій	Невизначені наслідки та проблеми координації
Програми переконання	Комунікація	Розповсюдження інформації Заохочення Заклики	Дезінформація Докір Загрози	Контроль на рівні установок	Низька ефективність і невисокий рівень контролю
Програми залучення в громадську діяльність	Організація	Розширення сфери суспільних послуг	Скорочення сфери суспільних послуг	Контроль на рівні пропозиції робочої сили	Успіх залежить від привабливості збиткового або недостатнього інвестування

Джерело: сформовано автором на основі [4].

Мотиваційні програми запроваджуються з ціллю підвищення рівня сприйняття участі державних інститутів та задовольняють економічні інтереси аграрних компаній.

Програми регулювання та програми переконання стимулюють сільськогосподарські підприємства до реалізації проєктів соціально-економічної відповідальності, використовуючи при цьому широкий асортимент інструментів впливу. Програми регулювання базуються на законодавчій владі і використовуючи її вплив здійснюють контроль та накладають санкції за нездійснення соціально-економічних заходів. Програми переконань залучають методику переконання, використовують інформацію та маніпуляції, апелюють до нормативних основ компаній [5].

Програми залучення в громадську діяльність створюють умови при яких компанії отримують більше можливостей вирішити проблеми з браком ресурсів та компетенції.

Регулювання соціально-економічної відповідальності в аграрній сфері нашої держави має свої особливості. Нормативно-правова база, що функціонує в Україні, покладає здійснення соціальної та економічної діяльності на відповідні державні інститути, що в результаті створюють умови при яких участь компаній в здійсненні цієї політики невагома. На сьогодні в країні суб'єкти аграрної сфери не сприймаються державними інститутами як суб'єкти за допомогою яких можна покращити соціально-економічне становище. В той же час існують винятки, коли певні сільськогосподарські підприємства залучаються державними органами управління до співпраці по фінансуванню окремих соціальних програм [5].

Суттєвою перешкодою в ефективному регулюванні соціально-економічної відповідальності в аграрній сфері є недосконалість законодавчої бази, що стосується аграрної політики. Специфікою роботи організаційно-правового механізму регулювання соціально-економічної відповідальності в аграрній сфері є: неповноцінне фінансове забезпечення прийнятих нормативно-правових актів та програм; неповне виконання прийнятих законодавчих актів. Тому доцільно використовувати більш ефективну методику регулювання соціально-економічної відповідальності в аграрній сфері [2].

Важливою проблемою в регулюванні соціально-економічної відповідальності в аграрній сфері є відсутність чіткого розмежування обов'язків та сфер регулювання, що стосуються здійснення соціальної відповідальності, між аграрним бізнесом та владою. Таке не розмежування в результаті призводить до суттєвого падіння легітимності регуляторної функції та нерационального й нецільового використання фінансів. Між владою, бізнесом та суспільством в питаннях регулювання соціально-економічної відповідальності в аграрній сфері має функціонувати співпраця. Держава за рахунок фінансової підтримки, регулювання та контролю соціальної сфери має виконувати свою соціальну функцію. При здійсненні процесу регулювання соціально-економічної відповідальності в аграрній сфері вибір інструментів має забезпечити зростання соціальних та економічних показників.

Державні органи влади впливають на соціально-економічну відповідальність економічними регуляторами, які включають: пільгове оподаткування та пільгові кредити; державні закупівлі сільськогосподарської продукції; відновлення та розвиток соціального становища українського села.

Важливим аспектом є те, що держава і бізнес мають взаємодіяти, щодо вирішення проблем регулювання соціально-економічної відповідальності в аграрній сфері.

Важливим результатом ефективного регулювання соціально-економічною відповідальністю є трансформація соціальної та економічної політики в активну, яка в результаті ліквідує негативні наслідки соціального дисбалансу і передбачає перерозподіл соціальних благ. Дане регулювання призводить до зростання рівня життя населення, формування та функціонування ефективної системи соціального забезпечення й захисту, в соціально-класовій структурі переважає середній клас. Це створить всі необхідні умови для роботи соціальної сфери у режимі збалансованості та стабільності, що надзвичайно важливо.

В основу державного правового регулювання соціально-економічної відповідальності на сьогоднішній день має бути закладено:

- підвищення статусу соціального партнерства;
- удосконалення діючої нормативно-правової бази, з метою відповідності з головними положеннями та принципами соціальної держави;
- закріплення на законодавчому рівні методики оцінки роботи в соціальній сфері державних органів влади і місцевого самоврядування;
- запровадження суспільної та наукової експертизи проектів нормативно-правових актів, щодо відповідності соціальним вимогам;
- підвищення продуктивності роботи органів судової і виконавчої влади, у відношенні реалізації та функціонування трудових й соціальних прав разом з гарантіями, запровадження технології відповідальності за недотримання законодавчих гарантій;
- забезпечення впровадження вимог державних соціальних стандартів і гарантій, що визначенні в законодавчих документах;
- приведення вітчизняної законодавчої бази у відповідність із базовими положеннями міжнародного права, що стосуються становлення і діяльності соціальної держави [6].

Доцільно виділити основні завдання регулювання соціально-економічної відповідальності в аграрній сфері з боку державних органів влади:

- встановлення урядом держави пріоритетності та значущості соціально-економічної відповідальності та переконання в цьому суб'єктів аграрної сфери;
- підтримка та стимулювання участі сільськогосподарських підприємств і громадськості в соціальних проектах, надання пропозицій та рекомендацій стосовно підтримки сільськогосподарських підприємств в питаннях соціальної, виробничо-економічної й екологічної сфери діяльності;
- формування всіх необхідних умов, для розвитку соціально-економічної відповідальності в аграрній сфері;
- розробка соціальних звітів, головним завданням яких буде вимірювання соціальної, економічної та екологічної діяльності сільськогосподарських підприємств;
- створення нормативно-правової бази, яка буде регулювати та контролювати соціальну звітність, на основі якої буде проводитись якісна та кількісна оцінка соціально-економічної відповідальності в аграрній сфері;
- розвиток та надання пріоритету соціальному партнерству, співпраця з аграрним бізнесом, громадськими організаціями, суспільством в вирішенні питань, що стосуються соціально-економічної відповідальності.

Державні інститути, реалізуючи одноосібно політику соціальної та економічної відповідальності на сучасному етапі, знаходять та створюють шляхи співпраці з аграрним бізнесом стосовно цього питання, проте взаємозв'язок державної довіри з ступенем відповідальності сільськогосподарських підприємств знаходиться на такому рівні, що ще не дає змогу аграрним формуванням вирішувати ці питання. Державні інститути якщо бажають скоротити фінансові витрати на здійснення соціально-економічних заходів, повинні все більше залучати сільськогосподарські підприємства до вирішення соціальних та економічних питань й підвищити ступінь довіри до них. Підвищення соціально-економічної відповідальності аграрного бізнесу частково потрібно вирішуватися шляхом доопрацювання та редагування існуючої законодавчої бази.

Сьогодні в Україні є ряд несприятливих умов та бар'єрів для посилення соціально-економічної відповідальності в аграрній сфері, серед них відсутність сприйняття соціально-економічної відповідальності як діяльності, яка здійснюється з метою покращення соціального та економічного становища в державі; недостатність відповідної інституціональної бази і стимулів від держави; брак загального формування суті та розуміння, що соціально-економічна відповідальність є фактором підвищення конкурентоспроможності сільськогосподарських підприємств; нестача досвіду компаній стосовно втілення в життя соціально та економічно відповідальних ініціатив; недостатній вплив громадськості та суспільних організацій; сприйняття компаніями соціально-економічної політики як виключно сфери діяльності державних інститутів.

Основними перешкодами для посилення соціально-економічної відповідальності є нестача фінансових ресурсів або відсутність бажання, тиск з боку податкових органів і недостатньо розвинута законодавча база, яка б заохочувала та мотивувала сільськогосподарські підприємства здійснювати ефективну політику щодо соціальної та економічної відповідальності. Для посилення соціально-економічної відповідальності суб'єктів аграрної сфери необхідна чітка економічна політика з боку органів державної влади і відображення в відповідних нормативно-правових актах основних завдань й методів їх реалізації.

Висновки. Регулювання соціально-економічної відповідальності в аграрній сфері обумовлене потребою збереження балансу між приватними і суспільними інтересами, забезпечується відповідними методами, що являються інструментами впливу державних органів влади на сільськогосподарські підприємства, ринкову інфраструктуру, некомерційну сферу економіки нашої держави з метою створення умов розвитку соціуму в соціальних, економічних і екологічних аспектах.

Програми регулювання й посилення соціально-економічної відповідальності в аграрній сфері включають: програми регулювання, мотиваційні програми, програми переконання, програми залучення в громадську діяльність. В рамках кожної з цих програм визначаються фактори впливу на поведінку суб'єктів господарювання та оцінюється рівень показників соціально-економічної відповідальності.

Ефективність регулювання соціально-економічної відповідальності в аграрній сфері може бути досягнута лише завдяки дотриманню певних принципів, які в своїй сукупності формують теоретичне підґрунтя для системної реалізації регуляторних норм державними і громадськими інститутами.

Література

1. Євчук Л.А. Роль державного регулювання в економічному розвитку аграрного сектора / Л.А. Євчук. – С. 24–29.
2. Цимбалюк І. Теоретичний аналіз сутності та складників дефініції "аграрна сфера" [Електронний ресурс] / І. Цимбалюк, Л. Риківська // Економічний часопис Східноєвропейського національного університету імені Лесі Українки. – 2017. – № 4. – С. 13–19. – Режим доступу : http://nbuv.gov.ua/UJRN/echscenu_2017_4_4
3. Шибанін В. С. Значення інституцій у забезпеченні ефективного розвитку АПК / В. С. Шибанін, О. В. Шибаніна, І. І. Червен. – С. 39.
4. Гришова І. Ю. Проблеми формування інноваційної системи України / І. Ю. Гришова, Т. М. Гнатєва // Інноваційна економіка. – 2012. – № 12. – С. 54–62.
5. Кужель В. В. Регулятивні інструменти посилення соціальної відповідальності бізнесу на підприємствах агропродовольчої сфери / В. В. Кужель // Вісник Чернігівського державного технологічного університету. Серія: Економічні науки. – 2014. – № 3. – С. 98–105. – Режим доступу : http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vcndtue_2014_3_15
6. Ткачук А. Ф. Законопроекти для третього сектора: проблеми правового регулювання / Ткачук А. Ф. – К. : Ін-т громадянського суспільства, 2003. – 44 с.
7. Андрійчук В.Г. Економіка аграрних підприємств / Василь Гаврилович Андрійчук / Київський національний економічний університет. – 2-е вид., доп. і перераб. – Київ : КНЕУ, 2002. – 622 с.
8. Гришова І. Ю. Соціальна відповідальність бізнесу як чинник соціально-економічного розвитку підприємств [Електронний ресурс] / І. Ю. Гришова, М. Ю. Щербата, В. В. Гришов // Проблеми і перспективи економіки та управління. – 2015. – № 3. – С. 17–27. – Режим доступу : http://nbuv.gov.ua/UJRN/ppeu_2015_3_4
9. Кропивко М.Ф. Підвищення конкурентоспроможності та соціальної спрямованості агропромислового виробництва на основі розвитку кластерних систем / М.Ф Кропивко // Економіка АПК. – 2013. – № 3(221). – С. 3–15.
10. Кужель В. В. Регулятивні інструменти посилення соціальної відповідальності бізнесу на підприємствах агропродовольчої сфери / В. В. Кужель // Вісник Чернігівського державного технологічного університету. Серія: Економічні науки. – 2014. – № 3. – С. 98–105. – Режим доступу : http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vcndtue_2014_3_15
11. Лупенко Ю. О. Агрохолдинги в Україні та посилення соціальної спрямованості їх діяльності [Електронний ресурс] / Ю. О. Лупенко, М. Ф. Кропивко // Економіка АПК. – 2013. – № 7. – С. 5–21. – Режим доступу : http://nbuv.gov.ua/UJRN/E_ark_2013_7_3
12. Малік М.Й. Інституціональні особливості розвитку і регулювання аграрного підприємництва / М.Й. Малік, О.Г. Шпикуляк, А.В. Розгон // Збірник наукових праць ВНАУ. – 2010. – № 3. – С. 3–12.
13. Саблук П.Т. Стан і перспективи розвитку агропромислового комплексу України / П.Т. Саблук // Економіка України. – 2008. – № 12. – С. 4–18.
14. Эрхард Л. Благополучие для всех: Репринт. воспроизведение / Эрхард Л. ; пер. с нем. ; вступ. ст. Б.Б. Багаряцкого, В.Г. Гребенникова. – М. : Дело, 2001. – 325 с.
15. Ойкен В. Основные принципы экономической политики / общ. Ред. Л.И. Цедилина и К. Херрманн-Пиллата ; пер. с нем. – М. : Прогресс, 1995. – 496 с.

References

1. Yevchuk L.A. Rol derzhavnogo rehulivannia v ekonomichnomu rozvytku ahornogo sektora / L.A. Yevchuk. – S. 24–29.
2. Tsymbaliuk I. Teoretychnyi analiz sutnosti ta skladnykiv definititsii "aharna sfera" [Elektronnyi resurs] / I. Tsymbaliuk, L. Rykovska // Ekonomichni chasopys Skhidnoievropeiskoho natsionalnogo universytetu imeni Lesi Ukrainky. – 2017. – № 4. – S. 13–19. – Rezhym dostupu : http://nbuv.gov.ua/UJRN/ehcenu_2017_4_4
3. Shebanin V. S. Znachennia instytutsii u zabezpechenni efektyvnogo rozvytku APK / V. S. Shebanin, O. V. Shebanina, I. I. Cherven. – S. 3–9. –
4. Hryshova I. Yu. Problemy formuvannia innovatsiinoi systemy Ukrainy / I. Yu. Hryshova, T. M. Hnatieva // Innovatsiina ekonomika. – 2012. – № 12. – S. 54–62.
5. Kuzhel V. V. Rehuliatyvni instrumenty posylennia sotsialnoi vidpovidalnosti biznesu na pidpriemstvakh ahroprodovolchoi sfery / V. V. Kuzhel // Visnyk Chernihivskoho derzhavnogo tekhnolohichnogo universytetu. Seria: Ekonomichni nauky. – 2014. – № 3. – S. 98–105. – Rezhym dostupu : http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vcndtue_2014_3_15
6. Tkachuk A. F. Zakonoproekty dlia tretogo sektora: problemy pravovogo rehulivannia / Tkachuk A. F. – K. : In-t hromadianskoho suspilstva, 2003. – 44 s.
7. Andriichuk V.H. Ekonomika aharnykh pidpriemstv / Vasyl Havrylovych Andriichuk / Kyivskiy natsionalnyi ekonomichni universytet. – 2-e vyd., dop. i pererab. – Kyiv : KNEU, 2002. – 622 s.
8. Hryshova I. Yu. Sotsialna vidpovidalnist biznesu yak chynnyk sotsialno-ekonomichnogo rozvytku pidpriemstv [Elektronnyi resurs] / I. Yu. Hryshova, M. Yu. Shcherbata, V. V. Hryshov // Problemy i perspektyvy ekonomiky ta upravlinnia. – 2015. – № 3. – S. 17–27. – Rezhym dostupu : http://nbuv.gov.ua/UJRN/ppeu_2015_3_4
9. Kropyvko M.F. Pidvyshchennia konkurentospromozhnosti ta sotsialnoi spriamovanosti ahropromysloвого vyrobnytstva na osnovi rozvytku klasternykh system / M.F. Kropyvko // Ekonomika APK. – 2013. – № 3(221). – S. 3–15.
10. Kuzhel V. V. Rehuliatyvni instrumenty posylennia sotsialnoi vidpovidalnosti biznesu na pidpriemstvakh ahroprodovolchoi sfery / V. V. Kuzhel // Visnyk Chernihivskoho derzhavnogo tekhnolohichnogo universytetu. Seria: Ekonomichni nauky. – 2014. – № 3. – S. 98–105. – Rezhym dostupu : http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vcndtue_2014_3_15
11. Lupenko Yu. O. Ahrokhodynhy v Ukraini ta posylennia sotsialnoi spriamovanosti yikh diialnosti [Elektronnyi resurs] / Yu. O. Lupenko, M. F. Kropyvko // Ekonomika APK. – 2013. – № 7. – S. 5–21. – Rezhym dostupu : http://nbuv.gov.ua/UJRN/E_apk_2013_7_3
12. Malik M.I. Instytutsionalni osoblyvosti rozvytku i rehulivannia ahornogo pidpriemnytstva / M.I. Malik, O.H. Shpykuliak, A.V. Rozghon // Zbirnyk naukovykh prats VNAU. – 2010. – № 3. – S. 3–12.
13. Sabluk P.T. Stan i perspektyvy rozvytku ahropromysloвого kompleksu Ukrainy / P.T. Sabluk // Ekonomika Ukrainy. – 2008. – № 12. – S. 4–18.
14. Erkhart L. Blahosostoianye dlia vsekhn: Reprynt. vosproyzedenyie / Erkhart L. ; per. s nem. ; vstup. st. B.B. Bahariatskoho, V.H. Hrebennykova. – M. : Delo, 2001. – 325 s.
15. Oiken V. Osnovnye pryntsyipy ekonomycheskoj politiki / obshch. Red. L.Y. Tsedylyna y K. Kherrmann-Pyllata ; per. s nem. – M. : Prohress, 1995. – 496 s.

Рецензія/Peer review : 11.05.2018

Надрукована/Printed : 03.06.2018

Рецензент: прорецензовано редакційною колегією

УДК 330.331.42

ЛЮБОХИНЕЦЬ Л. С.,
СТОЛЯР Б. М.

Хмельницький національний університет

СТРУКТУРНА ПОЛІТИКА І СТРУКТУРНА ПЕРЕБУДОВА НАЦІОНАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ

У статті розглядаються особливості національної структурної політики та структурної перебудови економіки України в контексті забезпечення її конкурентоспроможності. Досліджуються проблеми трансформаційної динаміки національної економіки за умов посилення глобалізаційних викликів. Аналізується структурна політика держави як механізм забезпечення конкурентних переваг та зростаючих трендів економічного розвитку країни.

Ключові слова: структурна політика, структурна перебудова, трансформація національної економіки, структурні зміни, тренди економічної динаміки.

LIUBOKHYNETS L.,
STOLYAR B.

Khmelnitskyi National University

STRUCTURAL POLICY AND STRUCTURAL RECONSTRUCTION OF THE NATIONAL ECONOMY

In the article the peculiarities of the national structural policy and structural reconstruction of the Ukrainian economy in the context of ensuring its competitiveness are considered. The problems of the transformational dynamics of the national economy under the conditions of strengthening globalization challenges are researched. The structural policy of the state is analyzed as a mechanism for ensuring competitive advantages and growing trends of economic development of the country. The study of structural changes of the national economy is an important process as any transformations aimed at ensuring the implementation of scientific and technological progress, the optimal use of resource potential, accelerated development of innovative technologies, influence on the process of development of an economic object and determine the trend of its further functioning, act as the basis for achieving a new quality of economic growth on the basis of an innovative model of development that provides the development of information and communication environment, scientific knowledge, the introduction of new technologies, the growth of well-being, raising the level and quality of life of the population. In Ukraine, the structure of the economy with significant sectoral imbalances and significant dependence on external factors has formed; herewith the dynamics of the structure of the national economy does not correspond to the general laws of structural changes that have taken place in the developed world at the present stage. The main direction of the structural policy of the state is to ensure the competitive advantages of the country's economy by increasing the competitiveness of domestic producers, correcting accumulated structural deformations, restructuring the unprofitable sector of the economy. To exit the economy of Ukraine from a deep structural crisis, it is necessary to determine the program of structural adjustment, to identify the priority research-intensive industries and to implement a set of measures for their dynamic development.

Key words: structural policy, structural reconstruction, transformation of the national economy, structural changes, trends of economic dynamics

Постановка проблеми. Формування ефективної економічної структури є пріоритетною проблемою, що потребує першочергового вирішення в контексті стратегічних завдань макроекономічного та регіонального розвитку країни. Успішний економічний розвиток держави залежить від характеру, напрямів і темпів структурних зрушень в економіці та їхнього пристосування до вимог ринку. Державне регулювання структурних трансформацій спрямовується на формування й підтримку раціональної структури економіки та здійснюється за допомогою структурної політики держави. Раціональна структура економіки включає систему гнучкого виробництва, його грошово-фінансове, кадрове, науково-технологічне обслуговування, відповідно до якого сформовано певну кооперацію з метою виготовлення кінцевої продукції в такій кількості й такій якості, що відповідає попиту та ринкам збуту.

Як показує досвід розвинутих країн, формування раціональної структури економіки, як резерву економічного зростання, є можливим в умовах державного регулювання соціально-економічних процесів, що є змістом структурної політики. При цьому структурна політика спрямована на досягнення сталого економічного зростання шляхом структурної перебудови національного виробництва, підвищення його продуктивності та конкурентоспроможності. Характерними її ознаками є використання інших видів економічної політики у якості інструментів для досягнення своїх цілей. Структурна політика також є циклічною і потребує постійного коригування, оскільки наявні структурні зрушення змінюють економічне середовище та умови господарювання.

Дослідження структурних змін національної економіки є важливим процесом, оскільки будь-які трансформації, зорієнтовані на забезпечення впровадження досягнень науково-технічного прогресу, оптимальне використання ресурсного потенціалу, прискорений розвиток інноваційних технологій, впливають на процес розвитку економічного об'єкта і визначають тренд його подальшого функціонування, виступають базисом досягнення нової якості економічного зростання на засадах інноваційної моделі

розвитку, що забезпечує розвиток інформаційно-комунікативного середовища, наукових знань, запровадження нових технологій, зростання добробуту, підвищення рівня і якості життя населення.

Аналіз останніх досліджень. Дослідженням структурної перебудови та визначенням напрямків структурної політики держави займаються вітчизняні учені, серед яких О. Аптекар, С. Біла, Л. Вардомський, А. Васіна, В. Волинець, В. Гейць, С. Єрохін, М. Кобзистий, О. Красильников, О. Лебедева, А. Мельник, Г. Михальченко, А. Никифоров, О. Радченко, В. Рябошлик, В. Сіденко, Л. Шинкарук, С. Чистов, А. Феоктістов, а також західні дослідники Л. Бальцеревич, Д. Белл, З. Бжезинський, В.-Б. Занг, П. Ньюмен, Дж. Сакс, Дж. Стігліц, Дж. Тойнбі та ін. В їхніх працях значна увага приділяється: пріоритетам державної структурної політики; визначенню особливостей формування економічної структури держави; дослідженню галузевої структури економіки країни. Проте, незважаючи на широку досліджуваність даної теми, непроста сьогодення ситуація показує, що упродовж тривалого періоду реформування вітчизняної економіки її галузева структура погіршувалася. Це зумовлює необхідність перегляду підходів до державного регулювання макроекономічних пропорцій у сфері виробництва та ефективного використання інструментів структурної політики з метою обґрунтування особливостей трансформаційних перетворень та пошуку шляхів підвищення конкурентоспроможності національної економіки.

Метою статті є аналіз структурної політики та структурних трансформацій за умов глобальних структурних змін і викликів для національної економіки та її розвитку.

Виклад основного матеріалу. Трансформація економіки передбачає зміну структури та створення нових форм розвитку національного виробництва, перетворення на політичному, соціальному та інституціональному рівнях. Для ефективного функціонування національної економіки необхідна її раціональна структура, що є прерогативою держави й корпоративних систем, так як через недостатність визначення у дії ринкових механізмів в період кардинальних структурних трансформацій ринкове саморегулювання не здатне цілеспрямовано формувати раціональну структуру економіки країни. Структурні зрушення в економіці є категорією макроекономічною, але проявляються вони на усіх рівнях господарювання і можуть характеризуватися різними якісними і кількісними показниками, тому всі структурні зрушення в економіці взаємопов'язані і є складною системою зміни інституційних регуляторів, взаємопов'язаних пропорцій, які залежать від наявного технічного розвитку, соціальних механізмів виробництва, розподілу і обміну відповідно до суспільних потреб, наявних ресурсів та досягнутого рівня продуктивності праці. За теорією лауреата Нобелівської премії С. Кузнеця в економіці виділяють чотири види структурних зрушень:

- технологічні структурні зрушення, що визначають появу принципово нових класів технічних засобів, які стають основою нового господарського укладу;
- інституційні структурні зрушення, об'єктами яких є локальні системи економічних інституцій та інститутів, галузева та адміністративна структури;
- відтворювальні структурні зрушення, пов'язані зі зміною пропорцій секторів, сфер і сегментів національної економіки: державного і приватного секторів, сфер промислового та сільськогосподарського виробництва, виробництва і обігу;
- просторові структурні зрушення, що детермінують визначення та зміщення границь територіально-виробничих комплексів (кластерів), регіонів та економічних зон [1, с.21-22].

Таким чином, еволюція економічної структури виступає як багаторівнева система структурних зрушень, яка потребує визначення ефективних інструментів реалізації структурної політики, поєднання раціональних важелів державного регулювання і ринкових механізмів, стабілізаційних заходів і структурних реформ для підвищення потенціалу економічного зростання й подальшого розвитку України. Все це визначає необхідність формування цілісного макроекономічного аналізу динамічних змін й дослідження основних структурних трансформацій, їх динаміки, суперечностей та впливу на економічний розвиток у контексті формування ефективної структурної політики [1, с.3]. При цьому структурна політика має забезпечити такі умови для розвитку економіки (рис. 1), які б забезпечили збалансованість та пропорційність всіх чинників відтворювального процесу з метою підвищення ефективності та конкурентоздатності національного виробництва.

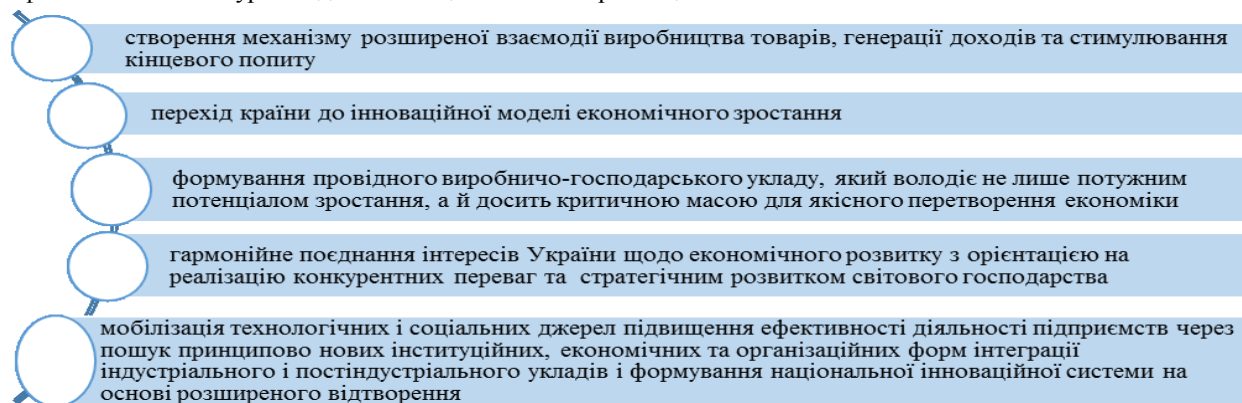


Рис. 1. Умови розвитку національної економіки визначені, структурною політикою держави (складено за [1, с.6])

Структура економіки будь-якої країни є унікальною і формується під впливом багатьох об'єктивних і суб'єктивних чинників. Об'єктивні чинники формують потенціал економіки, а суб'єктивні – визначають рівень його використання і примноження, причому саме останні є визначальними, що підтверджує досвід країн з майже однаковими потенціальними можливостями, які досягнули різного рівня розвитку. Відмінною рисою структурних перетворень національної економіки є їх революційний характер, так як відбулися радикальні політичні та соціально-економічні трансформації, змінилися підходи до визначення стратегічних напрямів розвитку країни. Але, за рядом суб'єктивних та об'єктивних факторів та причин, замість прогресивних економічних та науково-технічних зрушень, зростання добробуту та рівня життя населення ми отримали кризові явища, спад виробництва, інфляційні процеси, девальвацію національної валюти, зниження інноваційної активності підприємств. Проте нові виклики розвитку світового господарства ставлять перед країною багато глобальних завдань, які потребують трансформаційних змін як в самій системі господарювання, так і в структурі національного виробництва. Одним із основних показників оцінки економічного розвитку держави та визначення рівня життя населення країни є ВВП на душу населення. Значний вплив на стан ВВП України має наукове та інноваційне відставання економіки від передових країн світу і переважання екстенсивного розвитку національного виробництва. Аналіз ВВП України показує що, в цілому у 2016 р. ВВП України порівняно з відповідним періодом 2015 р. зріс на 2,3 %, а з 2016 до 2017 цей показник збільшився на 2,5% і у 2017 р. номінальний ВВП склав 2982,9 млрд грн. Зберігаючи позитивну динаміку зростання національної економіки, Україна в I кварталі 2017 р. збільшила обсяг ВВП на 2,8%, до 591,0 млрд грн, у II кварталі 2017 р. – на 2,6%, до 664,7 млрд грн, за III квартал 2017 го – на 2,4%, до 833,1 млрд грн, в IV кварталі 2017 го – на 2,2%, в порівнянні з аналогічним періодом 2016 р., до 894,0 млрд грн (у фактичних цінах). У порівнянні з III кварталом 2017 р., з урахуванням сезонного фактора, ВВП підвищився на 0,5%. Отже, за підсумками 2017 р. номінальний ВВП України склав 2 982,9 млрд грн, а ВВП в розрахунку на одну людину – 70 210 грн [2].

Незважаючи на номінальне зростання ВВП в національній валюті, в іноземній валюті країна як і раніше далека від докризових параметрів економічного розвитку. Виходячи з середньорічного курсу НБУ 26,6 грн / дол. ВВП України за підсумками 2017 р. склав \$112,1 млрд, що в 1,64 рази нижче відповідного показника 2013 р., при цьому ВВП України в порівнянні з 2013-м скоротився з 183,4 млрд дол. до 112,1 млрд дол. у 2017 р. (рис. 2)

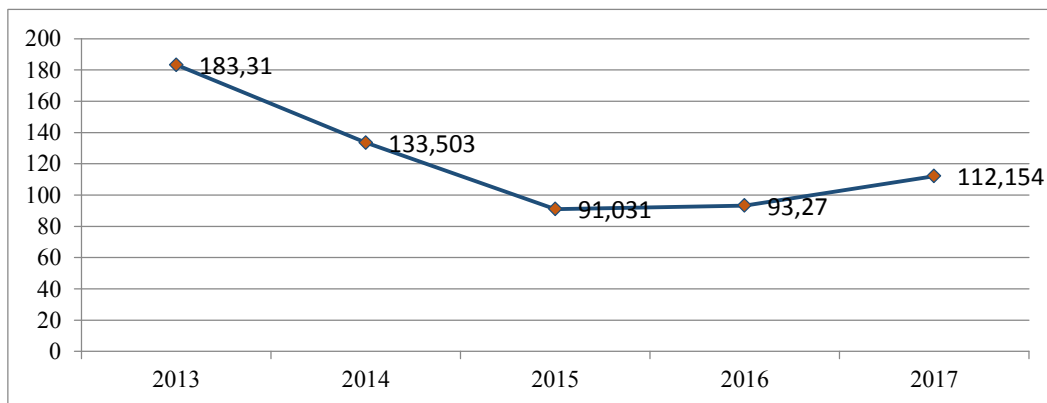


Рис. 2. Динаміка обсягу ВВП України у 2013–2017 рр. (\$ млрд) (складено за [2])

Величина валового внутрішнього продукту, розрахованого за паритетом купівельної спроможності (ВВП за ПКС) на душу населення, скоротилася з 4 075 дол. у 2013 році до 1 562 дол. у 2016-му. У 2017 році за рівнем ВВП на душу населення Україна посіла 133 місце з показником 2205 доларів США, пропустивши вперед такі країни, як Мікронезію, Судан, Гондурас та інших економічних "тигрів". Поруч з нами – Папуа-Нова Гвінея, де рівень ВВП на душу населення майже дорівнює нашому і складає 2094 доларів [3].



Рис. 3. Динаміка реального ВВП України [2]

Обсяг реального ВВП, як видно з рис. 3, за період 2014–2017 рр. змінився на -11,6%: -6,6% (2014 р.), -9,8 (2015-й), +2,4 (2016-й), +2,5% (2017 г.).

В Україні сформувалася структура економіки зі значними галузевими диспропорціями та суттєвою залежністю від зовнішніх факторів. При цьому динаміка структури національної економіки не відповідає загальним закономірностям структурних зрушень, які відбулися у розвинутих країнах світу на сучасному етапі. Як зазначається в науковій доповіді Інституту економіки та прогнозування НАН України «Структурні трансформації в економіці України: динаміка, суперечності та вплив на економічний розвиток», результатом структурних трансформацій економіки України є сформовані макроекономічні диспропорції:

- надмірна частка споживання і низький обсяг нагромадження, що в умовах національного ринку призвело до необхідності компенсувати надлишок внутрішнього попиту випереджаючим зростанням імпорту;

- відносно вузька спеціалізація зовнішньої торгівлі та висока частка низькотехнологічного експорту, що в умовах відкритості економіки країни сформувало високу залежність економічної динаміки та фінансового становища від кон'юнктури зовнішніх ринків;

- нарощування обсягів споживчого кредитування в умовах низького рівня інвестицій у модернізацію основних засобів призвело до використання кредитних ресурсів для стимулювання імпорту та іпотечного сегменту ринку;

- несприятливі умови для довгострокового інвестування обумовили переважаючу інвестиційну привабливість секторів із високою ліквідністю і швидким обігом та випереджаючі темпи розвитку секторів, які здійснюють експортну діяльність [1, с. 4].

Структурні диспропорції у сучасній українській економіці суттєво знижують ефективність господарського механізму, поглиблюють соціально-економічні суперечності, гальмують вихід на траєкторію сталого інноваційного розвитку. У зв'язку з цим завдання якісних стратегічних перетворень у сучасній Україні не можуть бути вирішені без реалізації стратегії структурних зрушень у загальнонаціональному масштабі з урахуванням специфіки регіонального розвитку. Також економіка України переживає наслідки структурних шоків, які виникли в результаті втрати частини території країни і відповідно економічного потенціалу. За даними Національного інституту стратегічних досліджень, Україна, за час неоголошеної війни, втратила близько 20% економічного потенціалу. Оцінити масштаби прямих і опосередкованих втрат повною мірою можна буде лише з часом.

За 2014–2015 роки, унаслідок нестабільної політичної ситуації, обсяги виробництва промисловості скоротилися на 50%, відбувся відплив інвестиційного капіталу, спостерігалася нестійка експортна динаміка, скорочення обсягів будівництва, звуження внутрішнього ринку, погіршення ситуації на ринку праці і загальне падіння рівня доходів населення. У 2015р. у більшості регіонів відбулося подальше скорочення зовнішньоторгівельної активності. Крім цього, неоднозначною є ситуація у сфері зовнішньої торгівлі з країнами ЄС. Значною проблемою залишається зволікання з переходом на технічні стандарти ЄС, що призвело до змін у товарній структурі українського експорту на користь аграрної сировини та продовольчої продукції.

У 2016 році, вперше після депресивних 2012-2013 рр. та кризових 2014-2015 рр., економіка України продемонструвала позитивні показники економічного зростання. У першому, другому та третьому кварталах року приріст ВВП складав у постійних цінах відповідно 0,1 %, 1,4 % та 2,0 %, а загалом за період – 1,3 %. Нагадаємо, що востаннє (якщо не рахувати сумнівного четвертого кварталу 2013 р.) позитивний квартальний показник український ВВП демонстрував у другому кварталі 2012 р. [2].

Поступовий техніко-технологічний, інноваційний розвиток, посилений викликами глобалізації, зумовлює виникнення нових видів економічної діяльності, структурну трансформацію національного виробництва, зміну галузевої структури економіки, що виступає основою формування нових видів структур. Так, у 2016 році українська промисловість продемонструвала поступове відновлення позитивної динаміки. Хоча темпи приросту залишалися вельми низькими (промислове виробництво було лише на 2,1 % вищим, ніж у 2015р.), промисловість виявилася одним з визначальних рушіїв відновлення економічного зростання як такого. Внесок переробної промисловості був другим за значущістю після торгівлі й за величиною склав 28,4% сумарного приросту ВВП за 2016 р [2]. Виходячи з офіційних даних Держстату щодо структури зростання ВВП, слід виділити зростання ВВП в частині збільшення на 37% витрат на продукти, а також зростання на 8,4% кінцевих споживчих витрат приватних господарств при офіційній інфляції в 13,7%. Також варто звернути увагу на цілком реальне зменшення обсягу припливу прямих іноземних інвестицій в 2017 році до \$ 1,8 млрд, зниження індексу сільгоспвиробництва на 2,2%, мінімальне зростання вантажообігу і мінімальне зростання промислового виробництва на 0,4% [3].

Структурна політика має відповідати реальним обставинам і особливостям конкретного етапу розвитку економіки країни, не має суперечити розвитку вільної ринкової економіки, модернізації шляхом активізації приватної ініціативи, розвитку державно-приватного партнерства. Основним напрямом структурної політики держави є підвищення конкурентних переваг економіки країни через досягнення сприяння підвищенню конкурентоспроможності вітчизняних виробників товарів і послуг на внутрішньому і світовому ринках, забезпечення структурного маневру в бік підвищення частки галузей, що виробляють продукцію з високим ступенем переробки, і галузей сфери послуг, виправлення накопичених структурних

деформацій, тобто реструктуризація збиткового сектору економіки, вирішення проблем монопрофільних міст.

Процес формування структурної політики в межах стратегічного планування здійснюється поетапно в певній послідовності (рис. 4). Тобто на першому етапі відбувається визначення цілей стратегічного планування в межах структурних перетворень визначених викликами глобального розвитку національної та світової економік. Далі проводиться аналіз факторів та формування стратегічних альтернатив, обґрунтування вибору та встановлення пріоритетів, на основі яких приймається стратегія та визначаються шляхи і засоби її реалізації. Для ефективного впровадження вибраної стратегії необхідно розробити програмні заходи, сформувати системи управління та механізм реалізації програмних заходів, проводити моніторинг реалізації заходів і досягнутих результатів та розробляти процедуру коригування стратегії. Як наслідок проведеної роботи відбувається розробка плану конкретних дій для урядових структур і органів державного управління в рамках реалізації структурної політики держави.



Рис. 4. Етапи формування структурної політики

Отже, національна структурна політика має базуватися на довгостроковій стратегії структурних перетворень суспільного відтворення на основі оптимізації темпів зростання різних секторів економіки. Основним джерелом таких структурних трансформацій має стати внутрішнє економічне зростання на основі перерозподілу капіталу й робочих місць у види економічної діяльності з більшою доданою вартістю, високотехнологічні виробництва, розробку інноваційних технологій з використання результатів розвитку інтелектуального капіталу. При формуванні інноваційної політики необхідно спрямовувати діяльність на:

- відтворення технологічної бази галузей, продукція яких користується стабільним попитом на сформованих ринках;
- розвиток виробництв, що реалізують новітній технологічний прогрес;
- створення умов для виходу на внутрішній і зовнішній ринки з наукомісткою продукцією світового рівня;
- визначення державної підтримки інноваційної інфраструктури, створення передумов спрямування попиту на вітчизняні інновації, інформаційну підтримку промислового виробництва, зміцнення зв'язків науки з виробництвом.

В сучасних умовах основним джерелом фінансування інноваційної діяльності в Україні залишаються власні кошти підприємств. За даними Державної служби України у 2016 році частка підприємств, які займалися інноваційною діяльністю, залишалась дуже незначною – 18,9% (збільшення з попереднім роком становило 1,54%), але загальна сума витрат на інновації зросла на 68,17% та становила 23229,5 млн грн. Пріоритетним напрямком інноваційних витрат залишається придбання машин, обладнання та програмного забезпечення – 85,36%, частка досліджень та розробок складає 10,58%, придбання інших зовнішніх знань – 0,28%, а інших витрат – 3,78%. Питома вага загального обсягу витрат на фінансування інноваційної діяльності у ВВП становила 0,97% (для порівняння у 2015 р. – 0,69%) [2].

Таким чином, перед Україною стоїть задача провести високотехнологічну модернізацію всіх галузей національної економіки, перейти до інноваційної моделі розвитку, продовжувати здійснення інституційних трансформацій, спрямованих на соціально-економічне зміцнення країни. При цьому успішне здійснення структурної перебудови національної економіки можливе за умови стабільної роботи підприємств, вільного руху інвестицій та переливу капіталу.

Для виходу економіки України з глибокої структурної кризи необхідно насамперед обґрунтувати програму структурної перебудови, виокремити пріоритетні наукомісткі галузі промисловості й здійснити комплекс заходів щодо їх динамічного розвитку, провести інтеграцію старих галузей (з погляду доцільності існуючих обсягів виробництва на застарілій технологічній основі), технічно переозброїти їх, закрити

нерентабельні підприємства та ін. Фактично, виникла потреба у формуванні нової парадигми структурних перетворень і відповідного розуміння природної сфери державної активності в такій структурній перебудові. Насамперед йдеться про цілі, об'єкти, механізми й інструменти державного регулювання структурних зрушень, визначення критеріїв їх ефективності з погляду соціальної спрямованості процесів суспільної трансформації. Зрушення у структурі економіки повинні розглядатися не тільки як результат економічного розвитку, але й як фактор постійного прогресу економіки, спрямований на підвищення ефективності національного виробництва.

Література

1. Структурні трансформації в економіці України: динаміка, суперечності та вплив на економічний розвиток : наукова доповідь / за ред. Л.В. Шинкарук. – Київ: НАН України, ДУ «Інститут економіки та прогнозування НАН України», 2015. – 304 с.
2. Державна служба статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.ukrstat.gov.ua/>
3. Колтунович А. Тонушая Украина, или Каковы реальные потери ВВП в 2014–2017 гг. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://vybor.ua/article/economika/tonushchaya-ukraina-ili-kakovy-realnye-poteri-vvp-v-2014-2017-gg.html>
4. 2017 рік для України: економічне зростання чи плавання за течією? [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://www.facenews.ua/columns/2018/318780/>
5. Україна 2017-2018: нові реалії, старі проблеми (аналітичні оцінки) [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://razumkov.org.ua/uploads/article/2018_Pidsumky_ukr_eng.pdf
6. Структурні трансформації у світовій економіці: виклики для України : аналітична доповідь / В. Сіденко та ін. – Київ : Заповіт, 2017. – 182 с.

References

1. Shynkaruk L.V. (2015) Strukturni transformatsii v ekonomitsi Ukrainy: dynamika, superechnosti ta vplyv na ekonomichnyi rozvytok [Structural transformations in the Ukrainian economy: dynamics, contradictions and influence on economic development]. Kyiv: National Academy of Sciences of Ukraine, Institute of Economics and Forecasting, National Academy of Sciences of Ukraine (in Ukrainian).
2. Derzhavna sluzhba statystyky Ukrainy [State Statistics Service of Ukraine]. – Available at: <http://www.ukrstat.gov.ua/> (accessed 15 July 2018).
3. Koltunovych A. Tonushchaya Ukraina ili kakovy realnye poteri VVP v 2014-2017 godach [Sinking Ukraine, or What are the real GDP losses in 2014-2017.] Available at: <http://vybor.ua/article/economika/tonushchaya-ukraina-ili-kakovy-realnye-poteri-vvp-v-2014-2017-gg.html> (accessed 17 July 2018).
4. 2017 rik dlya Ukrainy: ekonomichne zrostannya chy plavannya za techiyey? [2017 for Ukraine: Economic Growth or Sailing?] Available at: <https://www.facenews.ua/columns/2018/318780/> (accessed 17 July 2018).
5. Ukraina 2017-2018: novi realii, stari problemy (analytychni otsinky) [Ukraine 2017-2018: new realities, old problems (analytical assessments)] Available at: http://razumkov.org.ua/uploads/article/2018_Pidsumky_ukr_eng.pdf (accessed 18 July 2018).
6. Sidenko V. (2017) Strukturni transformatsii u svitovii ekonomitsi: vyklyky dlya Ukrainy [Structural Transformations in the World Economy: Challenges for Ukraine]. Kyiv: Zapovit (in Ukrainian).

Рецензія/Peer review : 05.05.2018

Надрукована/Printed : 06.06.2018

Рецензент: прорецензовано редакційною колегією

УДК 339.138

МЕЛЬНИКОВА О. А.

Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана

СОЦІАЛЬНІ МЕДІА ЯК АКТИВНИЙ ІНСТРУМЕНТ ІНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГУ В УКРАЇНІ

У статті розглянуті основні переваги та інструменти інтернет-маркетингу, при цьому особлива увага приділяється роботі з соціальними медіа для просування товарів і послуг, а також брендингу. Розкрито основні напрямки роботи з соціальними медіа. Виділено тенденції розвитку соціальних медіа в Україні.

Ключові слова: маркетинг, інтернет-маркетинг, соціальні медіа, SMM (Social Media Marketing).

MELNYKOVA O.

Kyiv National Economic University named after Vadym Hetman

SOCIAL MEDIA AS AN ACTIVE INTERNET MARKETING TOOL IN UKRAINE

The purpose of the article is the identification of the place and role of social media as an internet marketing tool. The article reveals the main advantages of internet-marketing, including multimedia, targeting, interactivity, speed of information transmission, flexibility of management and settings, and promptness. The article distinguishes the main internet marketing tools: websites, SMM – social media marketing, SEO and SEM – search optimization, contextual ads, media ads, virus and clandestine marketing, email marketing, hidden marketing, and others. The contents of the main stages of work with social media are disclosed. The article defines the main types of social media and the main ways of using them: communication with the target audience, leaders of the public opinion, ads research, media ads, sales of goods and services, and search of business partners. The trends of social media development in Ukraine are determined.

Keywords: marketing, internet marketing, social media, SMM (Social Media Marketing).

Постановка проблеми. В даний час, тенденції розвитку цифрових технологій зробили можливим використання Інтернет-інструментів для просування товарів і послуг. Актуальність цього напрямку, підтверджує дані статистики: у 2017 році загальна кількість постійних Інтернет-користувачів в Україні склала 21 млн. користувачів, що фактично є половиною населення країни, а обсяг реалізації Інтернет-послуг в Україні стабільно зростає з кожним роком і у 2017 році склав 10817,9 млн. грн. [1]. За оцінками експертів, користувачі Інтернету в Україні – це люди молодого (15-29 років – 35% від загального числа Інтернет-користувачів) і середнього віку (30-44 років, 36% Інтернет-користувачів). При цьому, найактивнішими користувачами виступають жителів міст понад 100 тис. населення – 73%, проте навіть в селах 52% населення вже мають доступ до Інтернет-ресурсів [2]. Не дивлячись на те, що практичні аспекти Інтернет-маркетингу широко застосовуються компаніями по всьому світу, для більшості українських компаній використання інструментів Інтернет-маркетингу залишається нововведенням, які вимагають розробки методичної основи і практичних рекомендацій.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Питанням присвяченим використанню Інтернет-інструментів для просування товарів і послуг особливої уваги приділяється останні 15 років. Значна частина досліджень, належить таким вітчизняним і зарубіжним вченим і практикам, як: Ф. Вірін, Д. Халілова, Д. Коник, С. Рендел, Т. Іванюха, Я. Новікова, О. Окландер, М. Бударіна, О. Красовська, Л. Григор'єва, Н. Бортнік і т.д. У той же час, для України Інтернет-маркетинг все ще залишається нововведенням, тому багато аспектів, пов'язаних з особливостями Інтернет-маркетингу в Україні, залишається не розкритими. Крім того, останні 5 років характеризуються активною експлуатацією соціальних медіа з метою досягнень стратегічних цілей маркетингу, що теж є новим для вітчизняних компаній. Разом з цим, цифрові технології характеризуються не лише швидкими темпами розвитку, але й постійною трансформацією – так, наприклад, ще 5-7 років тому соціальні медіа виступали швидше майданчиком для спілкування, в той час як зараз соціальні медіа стали активно використовуватися для просування товарів і послуг, брендингу, бізнес-комунікацій. Такі тенденції вимагають комплексного підходу до вивчення можливостей Інтернет-маркетингу, зокрема використання соціальних медіа для просування товарів і послуг компаній.

Формулювання цілі статті. Метою статті є визначення місця і ролі соціальних медіа, як інструменту Інтернет-маркетингу.

Виклад основного матеріалу дослідження. Інтернет-маркетинг являє собою маркетинг, який використовує Інтернет-сервіси для просування товарів і послуг, залучення і утримання клієнтів.

Інтернет-маркетинг має очевидні переваги перед традиційним маркетингом, серед яких можна виділити:

- мультимедійність – використання широкого спектру інструментів: аудіо, відео, графічних зображень, інтерактивної реклами і т.д.;
- таргетинг – дозволяє більш точно виділити цільову аудиторію;
- інтерактивність – налагоджена комунікація, наявність зворотного зв'язку з цільовою аудиторією;

- швидкість поширення інформації;
- гнучкість управління і налаштувань, оперативність.

В даний час, можна виділити основні інструменти Інтернет-маркетингу:

- Інтернет-сайти;
- SMM – робота з соціальними медіа;
- SEO і SEM – пошукова оптимізація;
- контекстна реклама;
- медійна реклама;
- вірусний і партизанський маркетинг;
- e-mail – маркетинг;
- скритий маркетинг та ін.

Тенденції розвитку та трансформації Інтернет-ресурсів зробили можливим використання соціальних медіа як інструменту Інтернет-маркетингу. SMM – Social Media Marketing – це процес залучення уваги через соціальні платформи, використання соціальних мереж для бізнес-комунікацій, реклами, маркетингових досліджень і безпосередньої реалізації товарів і послуг, рис. 1.

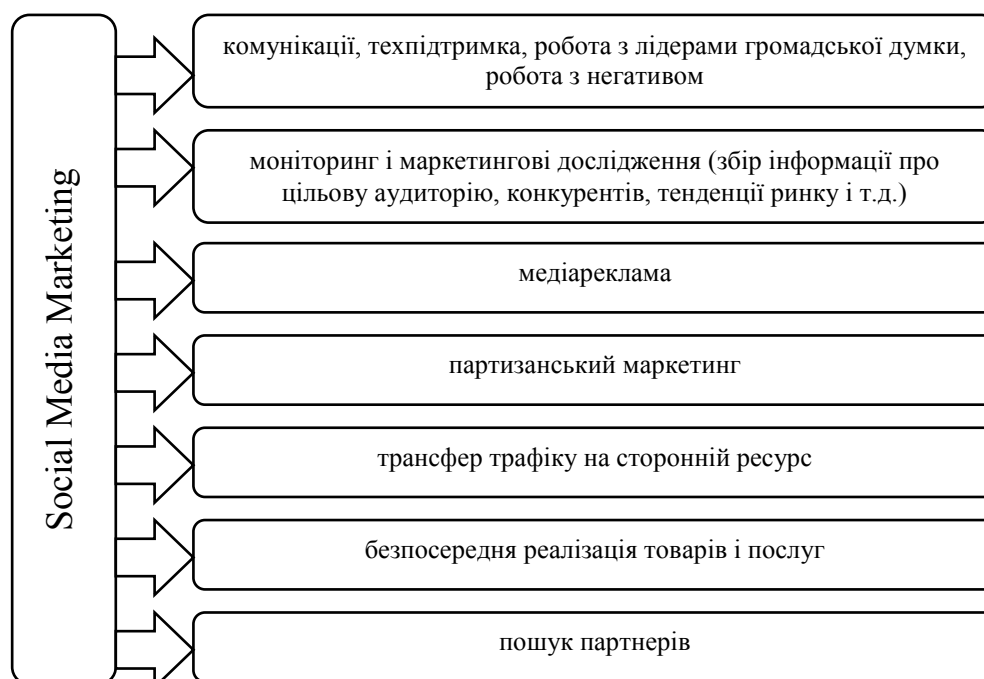


Рис. 1. Основні напрямки використання SMM, як інструменту Інтернет-маркетингу

Соціальні мережі – це розраховані на багато користувачів сайти, контент яких поповнюється їх учасниками. Соціальні мережі складаються з соціальних груп, особистостей, індивідуумів [3, с. 53].

В даний час, найбільш поширеними є три види соціальних медіа – масові, тематичні та фото- і відео-хостинги. До масових соціальних медіа відносяться такі ресурси, де зареєструватися і спілкуватися, обмінюватися інформацією може будь-хто на найрізноманітніші теми. До таких соціальних ресурсів відносяться Facebook, Twitter та інші. Тематичні соціальні ресурси – це ресурси, які мають вузьку спеціалізацію або тематику спілкування, це можуть бути ресурси для комунікації людей певної сфери діяльності (медицина, економіка, техніка і т.д.) або ресурси за захопленнями (полювання, риболовля, рукоділля і т.д.). Фото- і відео-хостинги передбачають спілкування через обговорення фотографій і відеороликів (YouTube, Pinterest, Instagram і т.д.). Аналіз загальних тенденцій розвитку соціальних медіа дозволяє зробити висновки про те, що вплив особистих блогів, форумів знижується, у той час як зростає популярність саме масових соціальних мереж і мікроблогів.

Ефективність використання соціальних медіа для досягнення маркетингових цілей компанії обумовлена такими факторами, як популярність цих ресурсів, в тому від традиційної реклами, і в той же час довіра до рекомендацій друзів і знайомих. Соціальні мережі дозволяють сегментувати користувачів за традиційними критеріями, за рахунок чого комунікаційний вплив має більш спрямований характер, що підвищує ефективність маркетингових зусиль. За оцінками експертів в сфері SMM, основні очікування використання соціальних медіа з боку компаній є посилення впливу на ринку, збільшення трафіку, формування відданих шанувальників і забезпечення розуміння ринку, рис. 2.

Відмінною рисою роботи з соціальними медіа – є обов'язкова щоденна активність. Вважається, що якщо у компанії немає часу і можливості займатися соціальними медіа постійно, то краще взагалі

відмовитися від цього інструменту Інтернет-маркетингу. Як правило, на роботу з соціальними медіа виділяють мінімум одного фахівця – SMM-менеджера, або замовляється аутсорсинг.

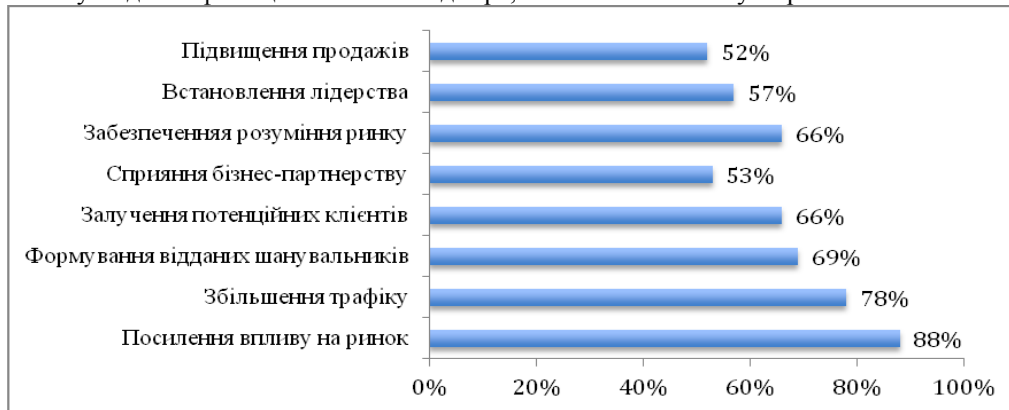


Рис. 2. Експертна оцінка переваг застосування соціального медіа маркетингу [4, с.169]

Цикл роботи SMM включає чотири основні етапи:

1. Підготовчий. Основне завдання етапу – визначення цілей присутності в соціальних медіа, визначення цільової аудиторії.

2. Запуск. Основна мета цього етапу присутність в обраних соціальних медіа. На етапі запуску створюються акаунти в найбільш популярних соціальних мережах. Фахівці в цій галузі рекомендують зупинитися на 3-5 популярних соціальних платформах. В даний час, в Україні найбільш популярними соціальними медіа виступають Facebook (51,96%), Twitter (32,05%), YouTube (5,73%), Pinterest (4,07%) і все ще залишається ВКонтакте (2,4%).

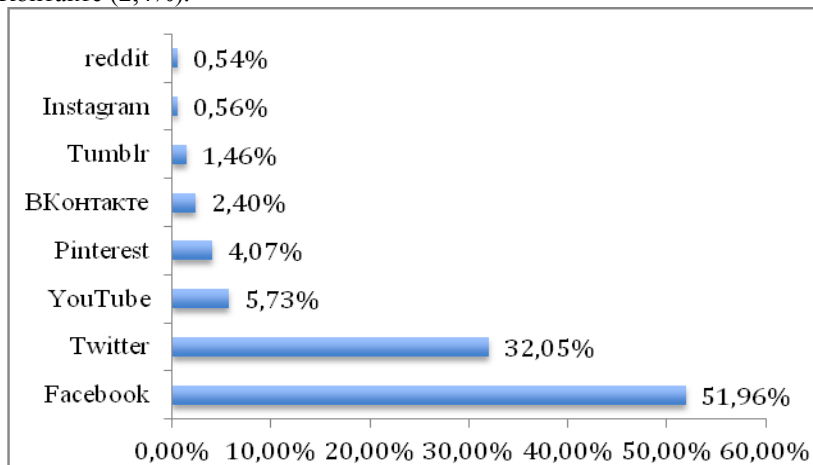


Рис. 3. Рейтинг популярності соціальних мереж в Україні в 2017 році [5]

3. Управління. Основне завдання цього етапу – це тактичне посилення присутності компанії в соціальних мережах, наповнення контентом (текстом, зображеннями, аудіо, відео) профілів компанії, брендування користувальницьких суспільств (сторінок) в соціальних мережах, проведення опитувань, створення заходів і т.д. Дуже важливо на цьому етапі приділяти увагу якості контенту та його відповідності місії і цілям компанії. Результатом цього етапу має бути зростання трафіку і формування та нарощування лояльної аудиторії.

4. Оптимізація. Стратегічний етап, основною метою якого є просування товарів і послуг компанії, управління репутацією і клієнтська підтримка, а також розробка інтегрованих з брендом ігрових і сервісних додатків у соціальних мережах. Результатом цього етапу є зростання прибутковості компанії.

Дуже важливо під час роботи з соціальними медіа встановити не лише якісні критерії оцінки ефективності SMM, але й кількісні. Так кількісними критеріями може виступати обсяг аудиторії і трафіку, кількість переглядів і коментарів, кількість переходів на основний сайт компанії, обсяг реалізації товарів і послуг, кількість залучених лідерів громадської думки, зростання прибутку компанії [6, с.55].

У той же час, використання соціальних медіа, як інструменту Інтернет-маркетингу, має і свої складності. З одного боку, розвиток і популяризація різних соціальних медіа по всьому світу полегшують маркетологом процес збору інформації про потенційну цільову аудиторію, оскільки користувачі соціальних мереж відкрито діляться особистою інформацією – прізвище, ім'я, стать, вік, місце проживання, місце роботи, захоплення та інтереси – стандартний набір інформації, яку можна використовувати для сегментування клієнтів і пошуку нових цільових груп. З іншого боку – в даний час, на перший план

виходить етична проблема неузгодженого використання персональних даних користувачів соціальних мереж, що ознаменувалася низкою скандалів, пов'язаних з некоректним використанням персональних даних користувачів. Найбільший резонанс в світі отримав скандал пов'язаний з використанням особистих даних десятків мільйонів користувачів Facebook під час передвиборчої компанії в США у 2016 році.

На протигаву ситуації, що склалася, у травні 2018 року в 28 Європейських країнах було введено нові правила для обробки персональних даних – GDPR – General Data Protection Regulation, за порушення яких штрафи сягають 20 млн євро [7]. Тепер жителі Європейського Союзу мають право запитувати підтвердження факту обробки їх даних, місце і мету обробки, а також давати заборону на обробку своїх персональних даних. Нові правила торкнулися роботи всіх глобальних ресурсів і їх зобов'язані дотримуватися всі суб'єкти, що займаються обробкою персональних даних громадян Європейського Союзу, навіть якщо фізично суб'єкт знаходиться поза територію Європейського Союзу. Таким чином, є підстави вважати, що європейський шлях розвитку України підштовхне на реформи в ІТ-сфері і нашої країни в самому найближчому майбутньому.

Ще однією проблемою є те, що в гонитві за швидкістю, SMM-менеджери найчастіше йдуть більш легким шляхом, і купують акаунти підписників, лайки і готові позитивні відгуки про свою продукцію. Такі дії призводять до навмисного обману цільової аудиторії, що є не етичним по відношенню до них.

Висновки. В даний час, розвиток цифрових технологій сприяє активному використанню Інтернет-інструментів для просування товарів і послуг, брендингу компаній. Серед широкого спектру інструментів Інтернет-маркетингу особливу увагу заслуговує використання соціальних медіа для досягнення тактичних і стратегічних цілей компаній. SMM (Social Media Marketing) дозволяє компанії комунікувати безпосередньо з цільовою аудиторією, партнерами, лідерами громадської думки, проводити маркетингові дослідження, реалізовувати комплексні рекламні компанії та безпосередньо продавати товари і послуги. Особливістю роботи з соціальними медіа є її безперервний процес і широкий набір інструментів. Перевагою роботи з соціальними медіа є те, що разом з платними інструментами, соціальні медіа надають можливості для безкоштовного (або дешевого) просування, що є актуальним в умовах обмеженості бюджету на маркетинг і збут. Варто відзначити, що SMM повинен бути скоординований із загальною маркетинговою стратегією компанії і максимально відповідати стратегічним цілям розвитку.

Література

1. Державна служба статистики України: обсяг реалізованих послуг у сфері телекомунікацій та поштового зв'язку за 2017 рік [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.ukrstat.gov.ua/>
2. Semantrum – персональний сервіс моніторингу всіх типів ЗМІ та соцмедіа: в Україні на початок 2017 року нараховано 21,6 млн користувачів Інтернету [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://promo.semantrum.net/uk/2017/04/21/v-ukrayini-na-pochatok-2017-roku-narahovano-21-6-mln-koristuvachiv-internetu/>
3. Цифровий маркетинг – модель маркетингу XXI сторіччя : монографія / за ред. М.А. Окландера. – Одеса : Астропринт, 2017. – 292 с.
4. Григор'єва Л.В. Застосування соціального медіа-маркетингу в просуванні туристичного продукту / Л.В. Григор'єва // Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. – 2018. – № 1. – С. 166–170.
5. Інформатор: ТОП популярних соціальних мереж в Україні і мирі [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://dp.informator.ua/2017/10/17/top-samyh-populyarnyh-sotsialnyh-setej-v-ukraine-i-mire/>
6. Бортник Н.В. Особливості застосування соціального медіа-маркетингу для просування продукту підприємств / Н.В. Бортник // Економічний вісник Запорізької державної інженерної академії. – 2017. – № 3(09). – С. 53–56.
7. habr: GDPR – новые правила обработки персональных данных в Европе для международного IT-рынка [Електронний ресурс] – Режим доступу : <https://habr.com/company/digitalrightscenter/blog/344064/>

References

1. Derzhavna sluzhba statystyky Ukrainy: obsiah realizovanykh posluh u sferi telekomunikatsii ta poshtovoho zviazku za 2017 rik [Elektronnyi resurs]. – Rezhym dostupu : <http://www.ukrstat.gov.ua/>
2. Semantrum – personalnyi servis monitorynhu vsikh typiv ZMI ta sotsmedia: v Ukraini na pochatok 2017 roku narakhovano 21,6 mln korystuvachiv Internetu [Elektronnyi resurs]. – Rezhym dostupu : <https://promo.semantrum.net/uk/2017/04/21/v-ukrayini-na-pochatok-2017-roku-narahovano-21-6-mln-koristuvachiv-internetu/>
3. Tsyfrovyyi marketynh – model marketynhu XXI storichchia : monohrafiia / za red. M.A. Oklandera. – Odessa : Astroprint, 2017. – 292 s.
4. Hryhorieva L.V. Zastosuvannia sotsialnoho media-marketynhu v prosuvanni turystychnoho produktu / L.V. Hryhorieva // Visnyk Khmelnytskoho natsionalnoho universytetu. Ekonomichni nauky. – 2018. – № 1. – S. 166–170.
5. Informator: TOP populyarnykh sotsialnykh setey v Ukraini i mire [Elektronnyi resurs]. – Rezhym dostupu : <https://dp.informator.ua/2017/10/17/top-samyh-populyarnyh-sotsialnyh-setej-v-ukraine-i-mire/>
6. Bortnik N.V. Osoblyvosti zastasuvannia sotsialnoho media-marketynhu dla prosuvannia produktu pidpriemstv / N.V. Bortnik // Ekonomichnyi visnyk Zaporizkoi derzhavnoi inzhenernoi akademii. – 2017. – № 3(09). – S. 53–56.
7. habr: GDPR – novyye pravila obrabotki personalnykh dannykh v Evrope dlya mejdunarodnogo IT-ryinka [Elektronnyi resurs] – Rezhym dostupu : <https://habr.com/company/digitalrightscenter/blog/344064/>

Рецензія/Peer review : 03.05.2018
Надрукована/Printed : 05.06.2018
Рецензент: д. е. н., проф. Репіна І. М.

УДК: 339.1

КОВАЛЬЧУК С. В.,
ВАЛЬКОВ О. Б.,
ЗАБУРМЕХА Л. І.

Хмельницький національний університет

СУЧАСНІ ТРЕНДИ ЕЛЕКТРОННОЇ КОМЕРЦІЇ

В статті розглянуто процес становлення електронної комерції як важливої бізнесової складової. Метою статті є визначення основних трендів розвитку електронної комерції. Проаналізовано основні тенденції розвитку електронного бізнесу та розглянуто основні його подальші тенденції. Крім безсумнівних переваг, здійснення електронної комерції має низку недоліків як для окремого споживача, так і для суспільства в цілому. До виявлених недоліків електронної комерції належать недосконалість законодавчої бази в галузі електронної комерції; привабливе середовище для шахрайства; необхідність забезпечення достатнього рівня безпеки; зниження конкурентоспроможності комерційних підприємств, які не мають представництва в електронному просторі; можливість ухилення від сплати податків в бюджет держави. Для розвитку електронної комерції важливим фактором є зростання кількості користувачів мережі Інтернет. Розглянуті тенденції розвитку електронного бізнесу дають поштовх до подальшого вивчення он-лайн-комерції та змушують шукати нові способи підсилення комунікації зі споживачем.

Ключові слова: електронний бізнес, електронна комерція, електронна торгівля, інтернет-бізнес.

KOVALCHUK S.,
VALKOV O.,
ZABURMEKHA L.

Khmelnytsky National University

MODERN TRENDS OF THE ELECTRONIC COMMERCE

The article examines the process of establishing e-commerce as an important business component. The main tendencies of electronic business trends are analyzed and the main trends of its future are considered. In addition to undoubted advantages, the implementation of e-commerce has a number of shortcomings, both for the individual consumer and for society as a whole. The identified shortcomings of e-commerce include: the imperfection of the legislative framework in the field of e-commerce; an attractive environment for fraud; the need to ensure an adequate level of security; reducing the competitiveness of commercial enterprises that have no representation in the electronic space; the possibility of tax evasion in the state budget. An important factor for the development of e-commerce is the growth in the number of Internet users. Considered tensions in the development of e-business give impetus to the further study of online commerce and force to look for new ways to enhance communication with the consumer.

Key words: e-business, e-commerce, internet business.

Постановка проблеми. Історія електронної комерції бере початок з 60-х років двадцятого століття і характеризується впровадженням системи бронювання авіаперельотів. Подальший її розвиток сприяє створенню систем управління запасами, появи комп'ютерних мереж та систем передачі даних, платіжних карт та інших систем електронних платежів, а також комерціалізації мережі Інтернет. Особливістю поняття «електронна комерція» є його застосування до всієї економічної діяльності, пов'язаної з використанням інформаційних технологій. Спроби систематизувати та уніфікувати категорії та поняття електронної комерції робилися багатьма авторами. Існує безліч трактувань, що розкривають суть електронної комерції. Необхідно відзначити, що більшість закордонних авторів у своїх роботах оперують більше практичною стороною питання і приділяють менше уваги теоретичній частині. Одним з перших авторів, які розглянули теоретичні аспекти даного явища і дали характеристику електронної комерції, є американський економіст Девід Козьє. Він відноситься до ряду дослідників, які розглядають електронну комерцію як електронну торгівлю. Основою електронної комерції Козьє вважає структуру традиційної торгівлі, уточнюючи, що використання електронних мереж надає їй гнучкість [1].

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Теоретичні основи електронної комерції сформувала Шалева О. І. Особливостями розвитку вітчизняної електронної комерції цікавилися Гармідер Л. Д., Орлова А. В., Палеха Ю. І., Горбань Ю. І. Роль останніх двох науковців у зазначеній проблематиці є провідною. Вони розкрили суть, значення, зміст електронної комерції, дослідили розвиток основних сфер електронної комерції у світі та вплив світових тенденцій на розвиток Інтернет-комерції, а також детально описали процес розвитку електронної комерції як складової інформаційного бізнесу.

Метою статті є визначення основних трендів розвитку електронної комерції.

Виклад основного матеріалу. Сучасний перелік Інтернет-технологій, що реалізуються в сфері економіки, відкриває фірмам величезні можливості для організації, ведення і підтримки електронного бізнесу. Середовищем для електронної комерції є всесвітня мережа Internet, в якій і реалізуються бізнес-проекти.

Інформаційні технології, що застосовуються в електронній комерції, поділяються на такі види:

1. Електронний обмін даними (обмін даними всередині компанії і з іншими учасниками бізнесу). Завданням електронного документообігу є відхід від паперових носіїв і перенесення документів в

електронний вигляд. Це забезпечує високу надійність і точність збору даної інформації, високу швидкість взаємодії співробітників компанії, посередників, учасників ринку, а також необмежений доступ до необхідних документів. Як приклад можна навести такі системи електронного документообігу: 1С: Документообіг, Globus Professional і т.д.

2. Електронна торгівля (інтернет-магазини, торгові майданчики, аукціони). Головні причини торгівлі через Інтернет – зниження торгових витрат, проведення торгових операцій віддалено, тобто без безпосередньої присутності зацікавлених сторін, більш ефективного інформування бізнес-партнерів і проведення рекламних акцій. Найбільш відомими прикладами електронної торгівлі є системи *ozon.ru*, *ebay.com*, *netzmarkt.de*, *amazon.ru*, *yahoo.com*.

3. Електронний маркетинг (Інтернет-реклама, аналіз попиту на продукцію, дослідження ринку). До переваг даного виду електронної комерції відноситься ефективне надання інформації покупцям, просування бренду товару і отримання точної інформації про процеси купівлі-продажу та про ринок в цілому. Таким чином, застосування електронного маркетингу дозволяє залучити ширшу аудиторію в порівнянні зі звичайними видами маркетингу. Прикладами можуть служити CRM-системи (управління взаєминами з клієнтами), а також ORACLE CRM on Demand, qSRM, Microsoft Dynamics CRM Live і ін. [3].

4. Інформаційно-аналітичні системи (системи моделювання, прогнозування, збору інформації, управління інформаційними процесами, моніторингу та аналізу). Застосування даних систем направлено на аналіз діяльності підприємства, підтримку бізнесу і автоматизацію найбільш складних бізнес-процесів. Одним з головних завдань інформаційно-аналітичної системи є збір інформації, її агрегування і розподіл за різними прикладними областями з подальшим аналізом отриманих даних. В результаті чого і формуються висновки, які в подальшому використовуються експертами для проведення аналітичних досліджень. Прикладами таких систем є ІАС "Контроль-НП", ІАС "Ситуація-регіон" та ін.

Щорічно в електронній комерції відбуваються зміни як у плані технологій, так і щодо інших аспектів ведення бізнесу. За підсумками 2017 року, експертами прогнозується зростання онлайн-продажів у глобальному масштабі на 17-18% відсотків.

В даний час 51% американців вважають за краще здійснювати покупки в Інтернеті. Серед мілленіалів цей показник становить 67%, серед представників покоління X – 56%. За оцінками експертів, онлайн-продажі зростуть з \$ 335 млрд в 2015 році до \$ 523 млрд в 2020 році. Таким чином, щорічний приріст складе 9,32%, хоча нинішні показники навіть вище – 14% [4].

Ці цифри говорять про те, що роздрібним торговцям необхідно максимально використовувати всі можливості електронної комерції для розвитку свого бізнесу. Магазины, які не присутні онлайн, вже незабаром можуть зникнути. Сьогоднішній споживач володіє декількома пристроями: смартфоном, планшетом, комп'ютером. І він очікує, що Інтернет-шопінг буде для нього швидким, легким і приємним.

На підставі аналізу розвитку електронного бізнесу можна виділити наступні ключові тенденції:

1) **лояльність і персоналізація**. Персоналізація – одна з важливих складових забезпечення задоволеності клієнтів, у тому числі в сфері електронної комерції. Пропозиції, рекомендації та поради повинні бути змодельовані з урахуванням конкретних потреб кожного з сегментів клієнтів. Більше того, навіть маркетингову стратегію необхідно будувати з урахуванням фактора персоналізації, щоб пропонувати покупцеві те, що відповідає його індивідуальним потребам і перевагам. Аналітика, опитування та історія покупок будуть в цьому контексті найкращими союзниками.

2) **Big Data як сервіс і інструмент електронної комерції**. 92% Інтернет-користувачів регулярно читають огляди продуктів і коментарі інших покупців. Навіть сьогодні невизначеність все ще є величезною перешкодою для онлайн-покупок. Чим більше інформації про продукт отримає покупець (фотографії, огляди, описи і т.д.), тим вище ймовірність того, що він купить товар. Однак постійне оновлення інформації про кожен окремий продукт на веб-сайті є практично неможливим завданням для будь-якого торговця.

3) **Просування корисного тематичного контенту поряд із просуванням товарів**. Цей тренд пов'язаний із потребою покупців детально вивчити всю доступну інформацію про товари: потенційним покупцям потрібні поради, огляди й порівняння, і якщо вони знайдуть їх на сторінках самого магазину або ж на його соціальних майданчиках, то й зацікавленість у купівлі саме в цьому магазині буде вищою.

4) **Взаємодія користувачів зі штучним інтелектом**. Цей тренд набирає обертів завдяки активному розвитку сфери AI. У 2017 році багато споживачів випробували перший досвід спілкування з чат-ботом – повністю автоматизованим агентом, здатним відповісти на питання і виступаючим першою точкою контакту з брендом. За допомогою чат-ботів збільшується кількість платформ, на яких бренд може інтерактивно взаємодіяти з користувачем.

5) **Прогнозуюча аналітика**. Цей інструмент швидко завойовує популярність серед торговців. Використовуючи величезний обсяг даних, зібраних на основі профілів клієнтів і їх попередньому досвіді покупок, торговці можуть краще розуміти купівельні звички споживачів, їх переваги і прогнозувати їх наступні покупки. Ця технологія доступна на декількох e-commerce-платформах: AgilOne, Emcien, Windsor Circle, Rich Relevance та ін. Прогнозуюча аналітика обіцяє бути корисною для рітейлерів, але в більшій мірі в b2b-секторі, де угоди крупніші, а цикл продажів складніший.

6) **Експансія Китаю.** Епоха буму інтернет-магазинів, які заробляли на відпрацьованій схемі покупки дешевих товарів у Китаї і перепродажу їх у країнах СНД, стрімко підходить до свого завершення. Китайська компанія «Alibaba Group», яка володіє міжнародним Інтернет-магазином Aliexpress.com, в 2017 році зареєструвала своє представництво в Росії. Цілком можливо, що незабаром подібні представництва з'являться в Україні та інших країнах СНД, а прискорення доставки з Китаю стане завершальним штрихом в експансії на місцеві ринки. Таким чином, багато дрібних і середніх гравців онлайн-рітейлу, успіх яких визначався виключно великими націнками на перепродажі продукції з Китаю, зіткнуться з серйозною загрозою. Чи зможуть вони залишитися на ринку в таких умовах – під великим питанням.

7) **Єдина торгівля.** Єдина торгівля – це наступний логічний крок в стратегії omni-channel. Замість того, щоб інтегрувати digital-вітрину в офлайн-магазин, продавці будуть об'єднувати свої магазини в централізовану інфраструктуру.

Omni-channel – підхід до торгівлі, що має на увазі одночасне використання всіх фізичних (офлайн) і цифрових (онлайн) каналів комунікацій і передбачає інноваційну можливість повністю простежувати шлях клієнта. «Omni» походить від латинського «omnibus» («для всіх»), а під каналами в даному випадку розуміються всі способи взаємодії споживачів з брендом.

8) **Без посередників: покупці хочуть взаємодіяти з брендами безпосередньо.** Найбільше це стосується представників покоління Y, або мілленіалів. Тому цілком природно, що дистанція між компанією і клієнтом скорочується. Бренди та виробники на шкоду звичним каналах збуту зробиють все можливе, щоб взаємодіяти з клієнтами безпосередньо, і навпаки, дистриб'ютори будуть робити все, щоб зберегти відносини з клієнтами, пропонуючи їм додаткову цінність: гарантії, додаткові послуги та, звичайно ж, незалежність від брендів. Ця тенденція називається дезінтермедіація і пошириться як на b2b-, так і на b2c-продажу, де автоматичні процеси і CRM-системи використовуються більше, ніж будь-коли для підтримки відносин з клієнтами і спрощення замовлення.

Доступ до електронного інформаційного обміну дозволяє істотно підвищити ефективність діяльності економічних суб'єктів за рахунок зниження трансакційних витрат, зменшення часу для організації угоди, а також забезпечує швидкість і точність отримання інформації, високу швидкість фінансових розрахунків, дозволяє зменшити витрати на доставку (головним чином для товарів, які можуть бути отримані електронним способом), поліпшити аналіз ринку і стратегічне планування, дає великі можливості для маркетингових досліджень, а також відкриває однаковий доступ до ринку як для великих корпорацій, так і для невеликих фірм. Рамки електронної комерції визначаються не географічними або національними кордонами, а поширенням комп'ютерних мереж. Оскільки найважливіші мережі є глобальними, електронна комерція дозволяє навіть самим дрібним підприємствам досягати глобальної присутності і займатися бізнесом у світовому масштабі.

Висновок. Крім безсумнівних переваг, здійснення електронної комерції має низку недоліків як для окремого споживача, так і для суспільства в цілому. До них відносяться недосконалість законодавчої бази в галузі електронної комерції; привабливе середовище для шахрайства; необхідність забезпечення достатнього рівня безпеки; зниження конкурентоспроможності комерційних підприємств, які не мають представництва в електронному просторі; можливість ухилення від сплати податків в бюджет держави. Для розвитку електронної комерції важливим фактором є зростання числа користувачів мережі Інтернет.

Розглянуті тенденції розвитку електронного бізнесу дають поштовх до подальшого вивчення онлайн-комерції та змушують шукати нові способи підсилення комунікації зі споживачем.

Література

1. Козье Д. Электронная коммерция / Козье Д. ; пер. с англ. – М. : Издательско-торговый дом «Русская редакция», 1999. – С. 2.
2. ТОП-10 трендов электронной коммерции 2017 года [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <https://psm7.com/articles/desyat-trendov-elektronnoj-kommercii-2017-goda.html>
3. Тронин Ю.Н. Информационные системы и технологии в бизнесе / Тронин Ю.Н. – М. : Изд-во "Альфа Пресс", 2005.
4. Тренди електронної комерції в 2017–2018 роках [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://lemarbet.com/ua/trendss/trendy-elektronnoj-kommertsii-v-2015-2016-godah/>
5. Хэйг М. Основы электронного бизнеса / Хэйг М. ; пер. с англ. С. Косихина. – М. : ФАИР-ПРЕСС, 2002. – 208 с.

References

1. Koze D. Elektronnaya kommertsiya / Koze D. ; per. s angl. – M. : Izdatel'sko-torgovyiy dom «Russkaya redaktsiya», 1999. – S. 2.
2. TOP-10 trendov elektronnoy kommertsii 2017 goda [Elektronniy resurs]. – Rejim dostupu : <https://psm7.com/articles/desyat-trendov-elektronnoj-kommercii-2017-goda.html>
3. Tronin YU.N. Informatsionnyie sistemyi i tehnologii v biznese / Tronin YU.N. – M. : Izd-vo "Alfa Press", 2005.
4. Trendy elektronnoi komertsii v 2017–2018 rokah [Elektronniy resurs]. – Rejym dostupu : <http://lemarbet.com/ua/trendss/trendy-elektronnoj-kommertsii-v-2015-2016-godah/>
5. Heyg M. Osnovy elektronnoy biznesa / Heyg M. ; per. s angl. S. Kosihina. – M. : FAIR-PRESS, 2002. – 208 s.

Рецензія/Peer review : 01.05.2018

Надрукована/Printed : 30.05.2018

Рецензент: прорецензовано редакційною колегією

УДК 336.714

ЗАХАРОВА О.Л.

Запорізький національний університет

МОДЕЛІ ОЦІНКИ ЕФЕКТИВНОСТІ ХЕДЖУВАННЯ

Дана стаття присвячена такій важливій і актуальній проблемі, як аналіз сучасних методів та моделей оцінки ефективності хеджування ризиків. Розглянуто ряд теорій хеджування, виявлено їх позитивні та негативні сторони. Автором визначено причини, які спонукають компанії до прийняття рішення про хеджування ризиків. Доведено, що стратегія хеджування полегшує спроможність фірми отримувати певні економічні та інвестиційні переваги. В дослідженні охарактеризовано головні методи та моделі оцінки ефективності хеджування ризиків, які використовуються в сучасній світовій науці і практиці. Автор робить висновки про те, що вивчення та оволодіння практичними методами застосування зазначених моделей буде доцільним для українських підприємств, які працюють на зовнішніх ринках.

Ключові слова: хеджування, методи, моделі, ефективність, оцінка.

ZAHAROVA O.

Zaporizhzhia National University

THE ASSESSMENT MODELS OF HEDGING EFFECTIVENESS

This article is devoted to such an important problem as an analysis of modern methods and models for assessing the effectiveness of hedging risks. A number of hedging theories is considered, their positive and negative aspects are revealed. The author identifies the reasons that motivate the company to make a decision on hedging risks. It is proved that hedging strategy facilitates firm's ability to obtain certain economic and investment advantages. Hedging is able to strengthen future profits of the firm and can significantly reduce the chances of losing the potential profitability of the projects it initiates. The effectiveness of the hedging strategy (hedge effectiveness) is measured by calculating the risk reduction achieved by the hedging portfolio in comparison with the unsecured portfolio. The study describes the main methods and models for assessing the hedge effectiveness of risks used in modern world science and practice. The author concludes that studying and mastering the practical methods of using these models will be appropriate for Ukrainian enterprises operating in foreign markets. Most authors analyze the effectiveness of hedging using different variance models – the minimum and medium dispersion. In addition, symmetric or asymmetric models such as ARCH and GARCH are very popular, they give the most optimal results for assessing the hedging performance.

Keywords: hedging, methods, model, efficiency, evaluation.

Постановка проблеми. Сьогодні для більшості українських компаній, які експортують свою продукцію на ринки, проблема хеджування валютних ризиків набуває особливого значення. Валютний ризик як вид фінансового ризику, припускає невизначеності, тому що виникає в умовах коливання валютного курсу. Внаслідок цього, економічні помилки завдають численних збитків. Звідси виникає проблема ризику майбутніх грошових потоків, розв'язати яку можна за рахунок використання курсової різниці за допомогою хеджування різними похідними фінансовими інструментами.

Для ухвалення рішення про хеджування і вибір його інструментів, необхідно оцінити важливість підданої йому позиції, з використанням для цього, науково обґрунтованих методів. Тому виявлення та порівняльний аналіз різних методів та моделей оцінки ефективності хеджування, які застосовуються у світовій науці і практиці, є украй актуальним.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Методи і моделі оцінки ефективності хеджування розглядали такі автори, як Н.К. Василенко, Л. О. Примостка, П. В. Сараєв, Ю. Є. Сяглова, L. Johnson, H. Leland та інші, однак не всі аспекти цієї проблеми були ними розглянуті. Тому виникає необхідність більшого поглибленого вивчення зазначеної проблематики.

Мета статті полягає у розгляді сутності сучасних методів та моделей оцінки ефективності хеджування ризиків.

Виклад основного матеріалу дослідження. Початок торгівлі ф'ючерсами доводиться на 1850 р., але в цей період не було засновано належної інституційної інфраструктури. Чиказька рада торгівлі першою створила Ф'ючерсну біржу, але це відбулося через 24 роки. З моменту свого заснування біржа займалася лише торговельними операціями з товарними ф'ючерсами. Ці товарні ф'ючерси можна розділити на дві групи: товари, що зберігаються і незбережені товари. Перші включають в себе будь-які види товарів, які можуть зберігатися певний період, наприклад, сира нафта, соя, кавові боби та ін. Незбережені товари включають будь-які товари, які не можуть бути збережені до певного періоду часу, наприклад худоба або електрика. Пізніше Чиказька рада торгівлі створила Урядову Національну іпотечну асоціацію (торгівля ф'ючерсами на процентні ставки) як перший фінансовий ф'ючерсний інститут у 1975 році.

Існують суперечливі погляди щодо головного драйвера ринку ф'ючерсів – спекулянтів чи хеджерів. Відомо, що в 1920 році ф'ючерсний ринок був керований спекулянтами, а не хеджерами. Тим не менше, пізніше існують статистичні докази того, що хеджери відіграли важливу роль якості головного двигуна для зміни ф'ючерсного ринку.

Розглядаючи теоретичні засади хеджування, відзначимо наступне. Теорія хеджування була складовою дослідження Джонсона (Johnson). Він зробив різницю між ролями хеджерів та спекулянтів на

товарному ф'ючерсному ринку [4]. Хеджування максимізації прибутку, а не зменшення ризику, не відображає справжню поведінку хеджерів, присутніх на таких ринках. Хеджери забезпечують безпеку здійснення ф'ючерсних контрактів, послідовно оцінюючи переваги, отримані для пом'якшення цінкових ризиків на сировину. Неприятливий рух ціни товару призведе до непередбачуваних витрат на придбання таких товарів. Отже, покупці товарів, як правило, прагнуть захищати свою позицію, укладаючи більше ф'ючерсних контрактів. Менше ф'ючерсних контрактів укладаються з боку продавців товарів.

Існують два типи спекулянтів – прямі та непрямі. Прямі спекулянти користуються зміною ціни на тому ж ринку (на місці або на ф'ючерсних ринках), тоді як непрямі користуються змінами цін на інших ринках.

Існує багато причин, за якими люди здійснюють хеджування, однак, в першу чергу, рішення базується на очікуванні учасником ринку як руху цін, так і ф'ючерсів, які вказують на необхідність хеджування або ні. Учасники ринку використовують рух ф'ючерсних цін як очікуваний майбутній рух спотових цін. Одна з важливих ролей ф'ючерсного ринку – він виступає в ролі каналу визначення цін, тому учасники ринку можуть купувати чи продавати за справедливою ціною.

По-друге, стратегія хеджування не повністю усуває цінкові ризики, але вона є стратегією мінімізації ризиків. Крім того, трейдери також прагнуть до максимізації зворотного зв'язку одночасно з метою мінімізації ризиків. В рамках даної статті, ми не маємо наміру вимірювати ефективність ф'ючерсного ринку через визначення цін. Тим не менше, зосередимося на оцінці ефективності стратегії хеджування в рамках мінімізації ризиків.

Для компаній рішення хеджування не таке просте, як для окремих інвесторів. Причини для хеджування фірм дуже не схожі на причини індивідуальних інвесторів. Фірми з більш високими можливостями зростання, високими фінансовими обмеженнями, впливом валютного курсу та економією масштабів, як правило, використовують похідні інструменти як інструмент хеджування, а не інструмент спекуляції. На недосконалому ринку існують різні ризики (ризик процентної ставки, волатильність цін на товари або валюту та ін.), які потенційно впливають на фінансові та інвестиційні рішення компанії. Таким чином, компанії будуть застосовувати хеджування як одну з програм /управління ризиками для їх пом'якшення. Оскільки ринок є недосконалим, ми можемо припустити, що хеджування матиме наслідки для ринкової вартості фірми. Навпаки, структура капіталу фірми не має значення, і стратегія хеджування не збільшить вартість фірми, коли ринок ідеальний. На рівні фірми, коли вона має не дуже значні податкові витрати, волатильність доходу фірми досить дорога, і хеджування мінімізує коливання доходу, що робить його менш нестабільним та більш визначеним. Фірма з нестабільним потоком доходів, як правило, має високі податкові витрати, тому хеджування мінімізує ризик доходності, а також ризик податкових витрат. Однак, більшість дослідників не вдаються до будь-яких суттєвих доказів того, що компанії виявляють тенденцію до хеджування через податкові витрати тому, що вигода тут порівняно невелика.

По-друге, доведено, що стратегія хеджування полегшує спроможність фірми переходити до переваг податкового щита. Леланд (Leland) стверджує, фірми, які застосовують хеджування, як правило, мають більше боргів, а коли більше боргів, фірма буде мати більший податковий щит і, в кінцевому підсумку, збільшить свою вартість [5]. Крім того, інша вигода від хеджування стосується потенційних фінансових труднощів фірми. Фірма, хеджевий користувач, як правило, має стабільний і визначений потік доходів і дуже малий шанс зіткнутися з банкрутством.

Крім того, хеджування здатне зміцнювати майбутні прибутки фірми та може значно знизити можливості упустити потенційні прибуткові можливості проєктів, які вона започатковує. Якщо фірма сильно залежить від внутрішнього джерела фінансування, стратегія хеджування вважається однією з найдешевших стратегій захисту проєктів фірми від ризиків. Коли внутрішній капітал дорогий, фірма не зможе отримати зовнішні джерела фінансування для фінансування свого потенційного проєкту. Крім того, якщо фірма активно бере участь у хеджуванні, вона збільшує джерела внутрішнього фінансування та надалі зменшує потребу шукати зовнішнє фінансування та пов'язані з цим витрати при фінансуванні потенційно прибуткових проєктів. Крім того, потреба неприйняття управлінського ризику є ще одним фактором, який заохочує фірму до хеджування. Для керівників компаній значне коливання потенційного доходу фірми, як правило, впливає на розподіл їхніх компенсацій. Отже, якщо вищі менеджери фірми не бажають піддаватися ризиком, вони будуть підтримувати фірму в контексті хеджування, оскільки це зменшить невизначеність руху майбутнього потоку доходів є для них вигідним.

Хеджування здатне захистити інвестиції, оскільки вона підвищує довіру зацікавлених сторін до фінансової стійкості компанії. Отже, використання хеджування також покращить умови контракту фірми та, в кінцевому підсумку, її вартість. Крім того, фірма має можливість більш високих витрат на наукові дослідження та розробки і пропонує вищі дивіденди, якщо вона активно застосовує хеджування, у порівнянні з нехеджерними фірмами.

На підставі емпіричних даних, можна стверджувати, що фірма буде здійснювати хеджування для того, щоб зменшити невизначеність руху свого прибутку, тоді, за певного прибуткового плану, фірма буде і надалі збільшувати потенціал залучення коштів для фінансування своїх майбутніх інвестиційних можливостей. Більш визначений потік дохідної плати також покращує умови контакту та підвищує довіру

зацікавлених сторін до фінансового стану фірми, а також додаткові можливості для зменшення шансів і, відповідно, витрат на банкрутство. З більш сильними фінансовими можливостями, більша інвестиційна заборгованість буде перекладена на податковий щит, і вартість фірми збільшиться. Проте, у тому випадку, коли процентна ставка, обмінний курс та ціни на сировину змінюються одночасно, з'являється вірогідність того, що збитки можуть значно перевищити той захист ризику, який забезпечується хеджуванням. Це може статися у тому випадку, коли похідні інструменти, якими користуються фірма, пропонують мінімальне зменшення ризику, стосовно однієї події, відносно його загального рівня, однак перевага все ж таки перевищує вартість реалізації стратегії.

Теоретично, хеджування на ринку ф'ючерсів зменшить ризик ціни (волатильність), спричинений торговцями [3, с. 49-50]. Ефективність стратегії хеджування (ефективність хеджування) вимірюється шляхом обчислення зменшення ризику, досягнутого портфелем хеджування, у порівнянні з незабезпеченим портфелем.

Теорія хеджування та портфельна теорія дозволяють застосовувати систему вимірювання ефективності хеджування. У розумінні цих теорій, особливо портфельної теорії, важливу роль відіграє система середньої дисперсії.

З точки зору зазначених теорій, хеджери не лише спрямовані на зменшення ризику, але також враховують і мету максимізації прибутку, оскільки учасники ринку не постійно займаються хеджуванням. Крім того, хеджери здатні домагатися зниження ризику непослідовно, а в окремих випадках отримувати менший захист від цінових ризиків або взагалі не захищатись. Ця теза підкреслює важливість вимірювання ефективності хеджування у часі.

Ефективність хеджування може бути оцінена на основі компромісу між ризиком та поверненням і зазвичай відноситься до середньої дисперсії. У середній системі дисперсії елементи ризику та повернення грають життєво важливу роль для максимізації корисності інвестора. Концептуальні підходи до вимірювання ефективності хеджування в межах парадигми середньої дисперсії, можна знайти у роботах таких авторів, як Хільрент, Говард і Д'Антоніо (Hilrenth, Howard, D'Antonio).

Рішення щодо хеджування не можуть бути постійними весь час. Поняття того, що коефіцієнт хеджування має динамічний характер, базується на двох обґрунтуваннях. По-перше, оптимальні рішення щодо хеджування з часом змінюються через несиметричність наявної на ринку інформації. У будь-який момент часу нова інформація надходить на ринок і може вплинути учасників рішень на ринку хеджування. З огляду на цю нову інформацію, виникають нові вказівки щодо майбутнього руху цін на товар або фондових ринків (ринкове очікування). Базуючись на ринкових очікуваннях, учасники ринку приймають більш-менш обґрунтоване рішення про хеджування. По-друге, з точки зору виробників вони не впевнені у своєму виробництві. Наприклад, рівень вирощування сільськогосподарських культур може змінюватись залежно від багатьох факторів, в тому числі природних, і тому досягти вірного прогнозу певного рівня рослинництва неможливо. Існують випадки, коли фермери потребують додаткового хеджування, а в інший час їм потрібно менше страхувати свої ризики. Крім того, хеджеру потрібно переглянути свою позицію, коли змінюються обмеження ліквідності.

Хеджери матимуть більшу позицію хеджування, коли вони мають менше обмежень ліквідності. Тому можна зробити висновок, що динамічна зміна рішень щодо хеджування, має більше сенсу, ніж постійна.

Такі автори, як ДUFFІ, Річардсон, Швейцер, Маєрс та ін. (Duffie, Richardson, Schweizer, Myers) застосовували метод експоненціального броунівського руху до моделі співвідношення хеджування, або розробили оптимальну динамічну модель хеджування, яка звільнилась деяких суворих припущень, встановлених попередніми дослідниками. Ці моделі не вимагають негативної експоненційної функції корисності, і змінні в ній розподілені нормально.

Деяко пізніше декілька дослідників використовували більш просунуту методологію в контексті середньої дисперсії на валютному ринку, ринку процентних ставок та ринку фондових індексів. Для оцінки динамічного коефіцієнта хеджування та подальшої оцінки ефективності хеджування деякі дослідники застосовували моделі GARCH і BEKK. Мотивувалося це тим, що емпіричні висновки підтверджували нерівномірну поведінку співвідношення хеджування, а модель GARCH давала кращу оцінку ефективності хеджування (функція інвестиційної корисності), ніж традиційні. На противагу цьому такі автори, як Ши та Ірвін (Shi, Irwin) розширили байєсівську теорію, представивши модель, яка включала суб'єктивну точку зору учасників ринку (ринкове очікування) [2, с. 180].

Якщо коротко охарактеризувати байєсівську модель, без глибокого проникнення в її тонкощі, то можна сказати, що вона припускає, що головна мета хеджера – максимізувати корисність своїх інвесторів у рамках середньої дисперсії.

Зараз більш широка увага приділяється дослідниками вивченню концепції мінімальної, а не середньої дисперсії. Ця концепція дає підстави вважати, що успіх стратегії хеджування може бути вимірний за допомогою ефективності стратегії, спрямованої на пом'якшення цінових ризиків, а не на цілі максимально збільшити корисність інвестора. З точки зору мінімізації ризику, оцінюються повернення ціни на місце, а також і ціна ф'ючерсів, після чого отримується співвідношення хеджування. Крім того, для

визначення різниці портфелів хеджування та портфелів, які не використовуються застосовуються спеціальні показники оцінки (коефіцієнт дисперсії, коваріації та хеджування). Зменшення або мінімізація ризику здатні продемонструвати ефективність застосованої стратегії хеджування. Коефіцієнт хеджування або оптимальний договір хеджування є важливим параметром, який безпосередньо впливає на доходи, відхилення та ефективність стратегії хеджування. Зараз головною точкою дебатів дослідників є теза, чи має коефіцієнт хеджування монотонний або немонотонний характер. Ці дебати тривають як для середньої дисперсії, так і для парадигми мінімальної дисперсії.

Мінімальний коефіцієнт хеджування дисперсій відноситься до нахилу змін цін на ф'ючерси, пов'язаних зі зміною спотових цін. Цей нахил також відомий як міопічний коефіцієнт хеджування. Такий автор, як Едерінгтон (Ederington) використовував цю методологію (OLS) для оцінки співвідношення хеджування у Державній національній іпотечної асоціації США. Цей метод не враховує інформацію навколишнього середовища, яка може вплинути на зміни у рішенні про хеджування, або яка може змінити співвідношення в часі. Таким чином, ця методика базується на незмінній – монотонній – оцінці, яка, як уже доведено, дає такий коефіцієнт хеджування, який призводить до неточного визначення відсотка мінімізації ризиків.

Однак, деякі автори вважають, що модель OLS може використовуватися подібно динамічним моделям у тому випадку, коли величина вибірки оцінок дуже велика. Окрім моделі OLS, деякі дослідники для оцінки статичного хеджування використовують середні моделі VAR і VECM.

У більшості фінансових даних існують проблеми динамічності та послідовності кореляції. Це обумовлює та, що звичайна оцінка є менш доцільною, оскільки OLS вважає, що дисперсія та коваріація ризиків та ф'ючерсів, як правило, мають монотонний – незмінний характер. Модель ARCH забезпечує спосіб подолання цих проблем. Згідно цієї моделі, фактор часу може суттєво вплинути на рішення щодо хеджування. Отже, рішення щодо хеджування має динамічний характер.

Ще одна проблема, яка є важливою та потребує розгляду – це те, яка модель дає найбільш точну оцінку характеристики волатильності цін та ринку ф'ючерсів. Для цього пропонуються різні варіанти: від непрямого до прямих підходів до моделювання даного моменту. Непрямий підхід до хеджування може бути досягнутий за допомогою одномірної системи ARCH та GARCH, яку можна моделювати за допомогою середньої та дисперсійної коваріації.

Такі автори, як Цечетті, Камбі та Фіглевські (Cecchetti, Cumby, Figlewski) були піонерами вивчення ефективності хеджування казначейських облігацій та ринку Т-облігацій за допомогою системи ARCH.

Енгль та Боллерслі (Engle, Bollerslev) розробили більш загальну модель GARCH, яка є продовженням моделі ARCH. Модель GARCH визначає часовий фактор в ході оцінки моменту повернення і дозволяє зафіксувати довгострокові потрясіння. Дослідники використовували модель GARCH для моделювання ризиків на різноманітних товарних і фінансових ринках.

Модель GARCH може оцінювати матриці дисперсії та коваріації. Також, використовуючи ці матриці, співвідношення хеджування та його ефективність можна обчислювати опосередковано. Під час оцінки ефективності хеджування процес оцінки дуже тісно пов'язаний з моделлю поведінки повернення як на ринкових, так і на ф'ючерсних ринках. Крім того, модель виявилася більш гнучкою та може бути адаптована до вимог дослідника. Такі автори, як Мошині, Маєрс, Форд, Пок (Moschini, Myers, Ford, Pok) продемонстрували гнучкість даної моделі, встановивши обмеження для перевірки рівності постійної або нестабільної гіпотези коефіцієнта хеджування. Крім того, модель також дозволяє перевіряти асиметричний ефект від результатів хеджування.

Модель Diagonal Vector (DVECH) – це ще одна модель, яка застосовується дослідниками у контексті ефективності хеджування. Окрім простоти моделі DVECH, вона вважається найкращою моделлю, яка підходить для шести товарних ринків. Крім того, розширена модель MGARCH може бути використана для оцінки ефективності зниження ризику на ринку зберігання товарів.

Таким чином, більшість результатів наукових досліджень виявили більшу продуктивність непрямой динамічної моделі у порівнянні зі статичною умовною моделлю. Крім того, дані досліджень підтверджують нестаціонарну поведінку в гіпотезі про прийняття рішень щодо ризику та хеджування.

Окрім непрямой моделі, система GARCH пропонує моделювання ефективності хеджування за допомогою прямої моделі. Це досягається шляхом прийняття квадрата кореляції між місцем і поверненням ф'ючерсів. Цей підхід є простим, тому нескладно і виправдано моделювати кореляцію безпосередньо, а не моделювати другий момент і обчислювати зменшення ризику вручну. Деякі дослідники моделювали кореляцію з використанням постійної кореляційної моделі (модель CCC), і припустили, що вона веде себе монотонно.

Ще одним питанням, яке обґрунтовано обговорюється в дослідженнях оцінки ефективності хеджування – це асиметричний ефект. Відомо, що негативні та позитивні інновації впливають на зворотну нестабільність по-різному. Дослідники стверджують, що негативні інновації роблять волатильність значно вищою, ніж позитивні інновації. Цей ефект відомий як ефект впливу. Проте в економічній перспективі висвітлюються дві складові асиметричного ефекту, включаючи ефект важеля та зворотній зв'язок волатильності. Використання ефекту важеля як основи для виведення асиметричного ефекту при

волатильності, як правило, є недостатнім. Змінний зворотний зв'язок – це велике позитивне нововведення, яке враховує волатильність ринку, що збільшиться і подальший вплив на рух ціни вниз, що призводить до більш високої норми прибутку.

Ефект важеля стосується лише великих розмірів нестабільності, які виникають після негативних, а не позитивних нововведень.

Як правило, система GARCH забезпечує багато виведення багатьох коефіцієнтів хеджування та моделей оцінки ефективності. До таких моделей відносяться моделі VECH та БЕКК (для генерації дисперсійних і коваріаційних матриць), пряма постійна і динамічна умовна кореляційна модель з простим коротким діапазоном та комбінація коротких, середніх і довготривалих моделей.

Більшість моделей оцінює ефективність стратегії хеджування за одним видом ф'ючерсного контракту та одним періодом хеджування. Проте учасники ринку можуть запроваджувати багатотипові ф'ючерсні контракти або стратегії хеджування та ще й між різними ринками з різноманітними періодами горизонту. У подібному контексті можна також використовувати модель GARCH, яка дозволяє враховувати кілька горизонтів в одній моделі.

Висновки. Таким чином, аналіз зарубіжної літератури з питань хеджування та застосування методів і моделей оцінки його ефективності показав, що в сучасній економічній науці існує досить багато підходів до цієї проблеми.

Як правило, більшість авторів аналізує ефективність хеджування з використанням різних моделей дисперсії – мінімальної та середньої дисперсії. Крім того, великою популярністю користуються симетричні або асиметричні моделі типу ARCH та GARCH, які дають найбільш оптимальні результати оцінки ефективності хеджування.

Вивчення та оволодіння практичними методами застосування зазначених моделей, з нашої точки зору, буде доцільним для українських підприємств, які працюють на зовнішніх ринках.

Література

1. Василенко Н.К. Методи визначення ефективності застосування інструментів хеджування / Н.К. Василенко // Економічний аналіз. – 2014. – Том 16. – № 1. – С. 174–180.
2. Прогнозування та хеджування фінансових ризиків : монографія / за ред. проф. Л. О. Примостки. – К. : КНЕУ, 2014. – 424 с.
3. Сараев П. В. Повышение эффективности валютного хеджирования на основе результатов нейроструктурного прогнозирования / П. В. Сараев, Ю. Е. Сяглова // Проблемы управления. – 2013. – Вып. 6. – С. 48–52.
4. Johnson L. L. (1960). The Theory of Hedging and Speculation in Commodity Futures. The Review of Economic Studies. 27(3). 139–151.
5. Leland, H. E. (1998). Agency Costs, Risk Management and Capital Structure. The Journal of Finance. 53(4). 1213–1243.

References

1. Vasylenko N.K. Metody vyznachennia efektyvnosti zastosuvannia instrumentiv khedzhuvannia / N.K. Vasylenko // Ekonomichnyi analiz. – 2014. – Tom 16. – № 1. – S. 174–180.
2. Prohnozuvannia ta khedzhuvannia finansovykh ryzykiv : monohrafiia / za red. prof. L. O. Prymostky. – K. : KNEU, 2014. – 424 s.
3. Saraev P. V. Povyishenie effektivnosti valyutnogo hedjirovaniya na osnove rezultatov neyrostruktumogo prognozirovaniya / P. V. Saraev, YU. E. Syaglova // Problemyi upravleniya. – 2013. – Vyip. 6. – S. 48–52.
4. Johnson L. L. (1960). The Theory of Hedging and Speculation in Commodity Futures. The Review of Economic Studies. 27(3). 139-151.
5. Leland, H. E. (1998). Agency Costs, Risk Management and Capital Structure. The Journal of Finance. 53(4). 1213-1243.

Рецензія/Peer review : 01.05.2018
Надрукована/Printed : 30.05.2018
Рецензент: д. е. н., проф. Орлов О. О.

УДК : 338.45:005.95:001.891

ЛОЗИЧЕНКО О. М.
Запорізький національний університет

ДОСЛІДЖЕННЯ ЗОВНІШНІХ ТА ВНУТРІШНІХ ФАКТОРІВ ВПЛИВУ НА ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ІНФОРМАЦІЄЮ В ПРОЦЕСІ УПРАВЛІННЯ ДІЯЛЬНІСТЮ ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ

У статті досліджено підходи науковців до визначення чинників зовнішнього та внутрішнього середовища, що впливають на управління підприємством, факторів впливу на поширення інформації, результати діяльності. Визначено відсутність чіткого переліку факторів впливу на інформаційне забезпечення, управління діяльністю підприємства, а також розподілу даних факторів з урахуванням специфіки функціонування промислових підприємств. Запропоновано фактори впливу на забезпечення інформацією в управлінні діяльністю промислового підприємства, які визначено шляхом врахування впливу чинників ринкового середовища на поширення інформації, ефективність управління діяльністю. Обґрунтовано необхідність врахування даних факторів в роботі підприємства, що дозволяє нейтралізувати дію ризиків, підвищити ефективність використання інформаційних даних, налагодити видачу інформації, покращити управління та функціонування.

Ключові слова: зовнішні та внутрішні фактори впливу, ринкове середовище, інформаційне забезпечення, інформація, управління діяльністю, ефективність, управлінські рішення.

LOZYCHENKO O.
Zaporizhzhia National University

RESEARCH OF EXTERNAL AND INTERNAL FACTORS INFLUENCE ON THE PROVISION OF INFORMATION IN THE PROCESS OF MANAGEMENT OF INDUSTRIAL ENTERPRISES ACTIVITY

The article investigates the approaches of scientists to determining the factors of the external and internal environment, affecting the management of the enterprise, factors of influence on the dissemination of information, results of activities. The absence of a clear list of factors of influence on information provision, management of the activity of the enterprise, as well as the distribution of these factors, taking into account the specifics of the functioning of industrial enterprises, was determined. The factors of influence on information provision in the management of the industrial enterprise activity are proposed, which are determined by taking into account the influence of factors of the market environment on the dissemination of information, the effectiveness of management activities. The necessity of taking into account these factors in the work of the enterprise is substantiated, which allows to neutralize the effect of risks, increase the efficiency of the use of information data, establish information extraction, improve management and functioning.

Key words: external and internal factors of influence, market environment, information provision, information, activity management, efficiency, management decisions.

Постановка проблеми. Управління діяльністю підприємств, їх розвиток, використання та поширення інформації перебувають під постійним впливом факторів ринкового середовища. Дані фактори мають вплив на якість, повноту внутрішньої та зовнішньої інформації, достовірність даних та їх поширення серед підрозділів підприємства, ефективність процесу управління. Несвоєчасне врахування факторів зовнішнього середовища керівництвом підприємства позначається на погіршенні процесу поширення інформації, обумовлює передачу недостовірних даних, погіршення якості інформаційного забезпечення та відповідно прийняття нерациональних стратегічних рішень і погіршення управління діяльністю. Тому дослідження та врахування факторів впливу на інформаційне забезпечення в управлінні діяльністю підприємства має вагомe значення, що дозволить рационально використовувати інформацію, ефективно управляти сферами діяльності та покращити виробничо-господарську діяльність.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Варто зазначити, що проблемою дослідження факторів, чинників впливу на управління розвитком, персоналом підприємства, поширення інформації, різних сфер діяльності займалися низка дослідників, а саме: Атанасов М., Йона О. [1, с. 55–59], Валуліліна З.В. [2, с. 103–104], Грінченко А.В. [3, с. 393–397], Замула О.О., Замула О.В. [4, с. 162], Лісовський І.В. [5], Мадрига Г.М. [6, с. 17–20], Мандражи З.Р. [7, с. 253–255], Падерін І.Д., Новак С.Е. [8, с. 137–140], Побережна М.П. [9, с. 91–94], Суюсанова О.Л. [10].

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Слід зазначити, що залишається не вирішеною проблема щодо визначення факторів впливу на забезпечення інформацією в управлінні діяльністю промислового підприємства. Оскільки фактори ринкового середовища впливають на ефективність інформаційного забезпечення, управління діяльністю, то необхідним є визначення даних факторів та врахування в роботі підприємства.

Постановка завдання. Метою статті є аналіз підходів науковців до визначення чинників зовнішнього та внутрішнього середовища, що впливають на управління та поширення інформації; виокремлення факторів впливу на забезпечення інформацією в управлінні діяльністю промислового підприємства; обґрунтування необхідності врахування факторів в роботі підприємства.

Виклад основного матеріалу дослідження. Важливу роль в успішному розвитку підприємства відіграє врахування факторів, що впливають на інформаційне забезпечення в управлінні діяльністю промислового підприємства. Доцільність визначення даних факторів пояснюється тим, що функціонування підприємства відбувається за мінливих умов ринкового середовища, чинники оточуючого середовища впливають на якість, повноту вхідної інформації. Відсутність інформації щодо внутрішнього та зовнішнього середовища функціонування, не виокремлення факторів впливу є причиною неефективності використання інформаційного забезпечення в управлінні діяльністю підприємства. Тому визначення факторів впливу на інформаційне забезпечення в управлінні діяльністю підприємства має теоретичне, практичне значення, оскільки їх врахування дозволить підвищити ефективність інформаційного забезпечення, процес управління сферами діяльності.

Мандражи З.Р. [7, с. 253–255] проаналізувала вплив факторів зовнішнього та внутрішнього середовища на діяльність підприємства, використання інформації. Серед факторів зовнішнього середовища було визначено наступні: конкуренти; споживачі; постачальники; маркетингові посередники; контактні аудиторії; законодавство. До внутрішніх факторів включено виробництво; маркетинг; фінанси; організація управління; персонал. Отже, автором визначено фактори, які доцільно враховувати при плануванні діяльності підприємства, формуванні зовнішньої та внутрішньої інформації для успішного розвитку.

В дослідженні Валіуліна З.В. [2, с. 103–104] було визначено фактори впливу на забезпечення інформаційної безпеки, а саме: нормативно-правове забезпечення; антивірусне забезпечення; ефективність роботи персоналу та його взаємодія з керівництвом; навчання персоналу; резервне копіювання; виявлення атак; рівень безпеки; моделі безпеки. Врахування даних факторів дозволить захистити організацію від кібератак, зменшити її негативний вплив та покращити рівень інформаційної безпеки, захищеності від дії загроз.

Інший автор Побережна М.П. [9, с. 91–94] проаналізувала взаємозв'язок факторів зовнішнього та внутрішнього середовища із інформаційною системою, а також вплив даної системи на фактори ринкового середовища. Серед факторів внутрішнього середовища визначено персонал; технологія; ресурсне забезпечення; цілі; організаційна структура. До факторів зовнішнього середовища віднесено такі: покупці; конкуренти; постачальники. Отже, врахування факторів ринкового середовища при впровадженні інформаційної системи дозволить підвищити її ефективність, покращити роботу підприємства.

Варто розглянути підхід Суюсанова О.Л. [10], адже в роботі проаналізовано фактори впливу на управління персоналом підприємства та серед яких визначено культурні; професійні; демографічні; якості працівників. Також було запропоновано фактори, які впливають на розвиток підприємства: інвестиційні; фінансові; правові; трудові, демографічні; маркетингові; природні та екологічні; ресурсні; конкурентні; інноваційні; інформаційні; науково-технічні. Таким чином управління персоналом підприємства відіграє вагомий роль, оскільки дозволяє розвинути трудовий потенціал, підвищити продуктивність праці та покращити показники виробничо-господарської діяльності, але доцільно також врахувати рівень інформаційного забезпечення в управлінні персоналом.

В дослідженні Мадрига Г.М. [6, с. 17–20] було запропоновано фактори впливу на діяльність підприємств, які поділено на фактори прямого та непрямого впливу. До факторів прямого впливу віднесено дослідження ринку споживчих товарів; дослідження попиту на вироблену продукцію, надані послуги; оцінка забезпеченості ресурсами; кваліфікація персоналу; податкове навантаження; інвестиційний клімат; взаємодія з постачальниками; вимоги покупців до товару; діяльність конкурентів на ринку; особливості продажу товарів на ринку. Фактори непрямого впливу: державна політика; зовнішньоекономічні зв'язки; податкова політика; кредитування; фінансова політика; рівень доходів населення; поширення інформаційних технологій; державне регулювання діяльності підприємств. Отже, ефективність управління підприємством залежить від визначення факторів впливу на його розвиток та врахування даних факторів дозволяє покращити фінансовий стан.

Лісовський І. В. [5] запропонував фактори формування інформаційного впливу у сфері управління витратами, які було поділено на внутрішні та зовнішні. Серед зовнішніх факторів визначено розвиток регіону; функціонування галузі; економічна, податкова, фінансова політика; податкова система; митне регулювання; державна політика; діяльність на ринку. До внутрішніх факторів віднесено менеджмент; рівень забезпеченості ресурсами; вид та специфіка функціонування.

Враховуючи існуючі дослідження окресленої проблематики слід зауважити, що на даний момент не визначено чіткого переліку факторів впливу на інформаційне забезпечення, поширення інформації, управління діяльністю підприємства, відсутній розподіл даних факторів з урахуванням специфіки функціонування промислових підприємств, не наведені фактори впливу на процес управління та використання інформації, що є підтвердженням доцільності визначення та врахування факторів впливу в процесі управління.

Відповідно, нами було визначено фактори впливу на забезпечення інформацією в управлінні діяльністю промислового підприємства, які сформовано на основі врахування впливу чинників ринкового середовища на використання інформації, управління діяльністю та поділено на зовнішні і внутрішні, що негативно впливають на інформаційне забезпечення. Врахування даних факторів дає змогу підвищити

достовірність та ефективність використання інформаційних даних, забезпечити довгострокове функціонування підприємства через покращення процесу управління.

В інформаційному забезпеченні враховується вплив виділених факторів, що дозволяє відібрати, обробити, проаналізувати, донести зовнішню та внутрішню інформацію про вплив чинників на якість, достовірність даних, функціонування підприємства, управління підрозділами до керівництва, яке приймає вагомі рішення, коригує управління діяльністю шляхом врахування отриманої інформації (рис. 1).

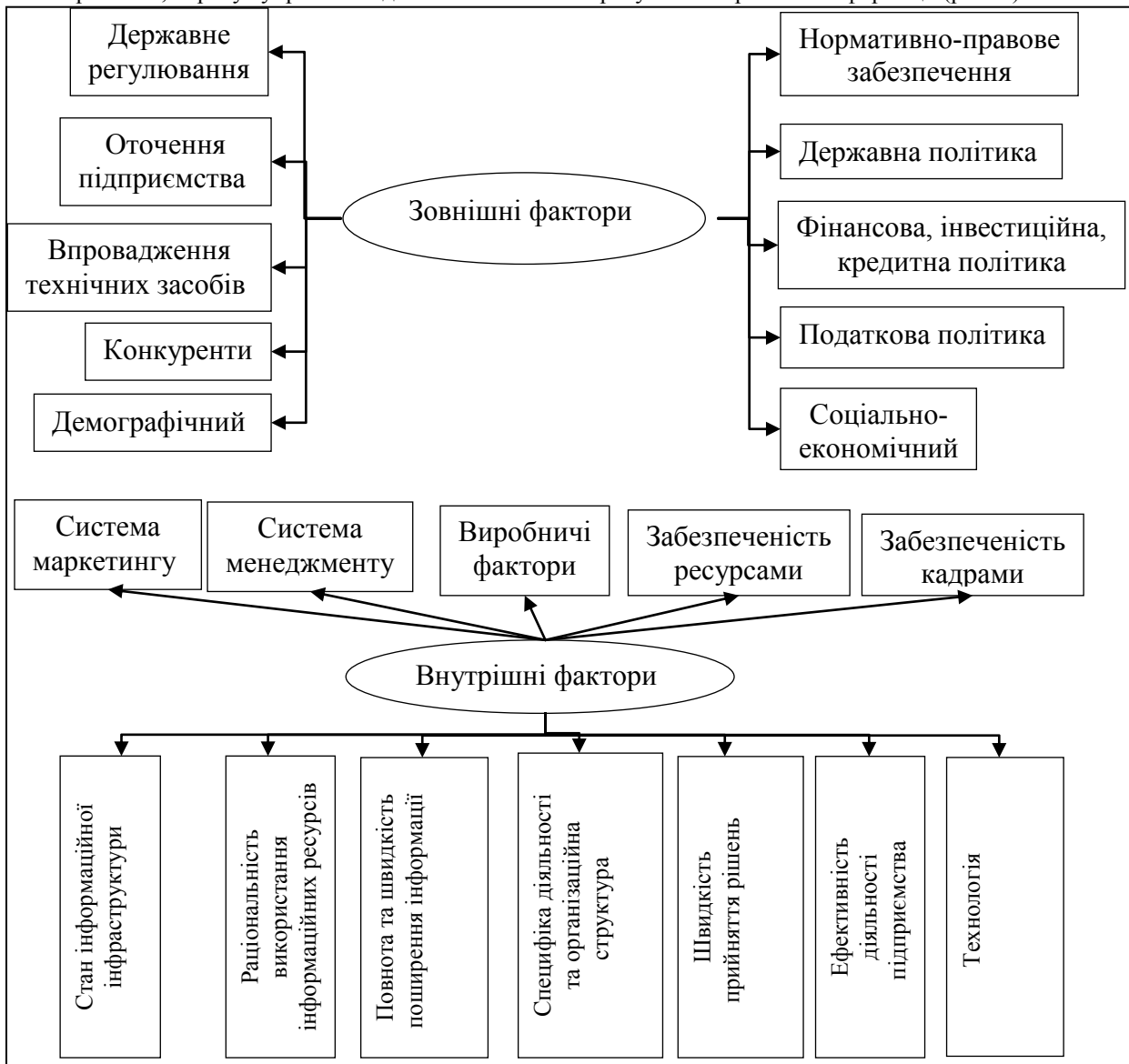


Рис. 1. Фактори впливу на забезпечення інформацією в управлінні діяльністю промислового підприємства

Примітка: сформовано автором на основі [1, с. 55–59; 2, с. 103–104; 3, с. 393–397; 4, с. 162; 5, с. 17–20; 7, с. 253–255; 8, с. 137–140; 9, с. 91–94; 10]

Розглянемо більш детально виділені зовнішні фактори впливу:

1. Нормативно-правове забезпечення, державне регулювання – тобто дотримання підприємством діючих нормативно-правових актів, слідкування за змінами в законодавстві, поширення інформації щодо законів які втратили чинність, а також формування масиву інформації про особливості реєстрації підприємств, умов ліцензування, вимоги до продукції, перевірки звітних даних. Наведений фактор впливає як на управління підприємством, так і на інформаційне забезпечення.

2. Оточення підприємства (споживачі, постачальники, посередники, органи державної влади) – формування інформаційних даних щодо попиту споживачів на певний вид продукції, їх потреб у певному товарі, рівня доходу, наявності товару на складі, ефективності роботи постачальників, якості сировини, матеріалів, умов поставок, потреб в сировині, залучення покупців та постачальників, результативності діяльності посередників та державної влади. Визначення подібної інформації за результатами дії фактору в управлінні підприємством сприятиме покращенню процесу виробництва, налагодженню взаємозв'язків з оточенням.

3. Фактор державної політики впливає на діяльність підприємств, процес управління через встановлення правил, норм щодо їх функціонування, а також на інформаційне забезпечення шляхом державного регулювання процесу поширення інформації серед підприємств. Врахування даного фактору дозволить забезпечити достовірною інформацією всіх керівників підрозділів підприємства для корегування процесу управління відповідно до вимог.

4. Фактор впровадження технічних засобів впливає на забезпечення інформацією в управлінні діяльністю підприємства, оскільки містить інформацію щодо систем передачі даних, новітніх інформаційних технологій, програмного забезпечення, технологічних розробок. Врахування даного фактору дозволить покращити якість інформації, поширити дані серед управлінського персоналу та прийняти виважені рішення.

5. Фактор фінансової, інвестиційної, кредитної політики держави – визначення інформації щодо механізму ціноутворення на окремі групи товарів, грошово-кредитної політики, положення держави на міжнародній арені, кредитування діяльності підприємств, умов надання позик та залучення інвестиційних ресурсів, регулювання інвестиційної діяльності, особливостей страхування діяльності інвесторів, наявності фінансових ресурсів, частки доходів та витрат. Дані фактори впливають на достовірність, подальше поширення інформації через інформаційне забезпечення та на управління діяльністю підприємства.

6. Фактор податкової політики обумовлює наявність інформації щодо рівня податкового тиску, розміру податкових знижок, ситуації звільнення від сплати податків та можливості отримання податкових канікул. Своєчасний аналіз інформації в інформаційному забезпеченні дозволить слідкувати за змінами в системі оподаткування, сплачувати податкові зобов'язання та в процесі управління приймати рішення щодо раціонального використання ресурсів, отримання податкових пільг.

7. Конкурентні фактори передбачають надання інформаційних даних щодо специфіки діяльності конкурентів, рівня їх конкурентоспроможності, тобто формування масиву даних про результати їх діяльності, яка надходить у вигляді вхідної інформації. Врахування впливу даного фактору на інформаційне забезпечення дозволить відобразити інформацію щодо діяльності конкурентів, донести її до керівництва для прийняття відповідних управлінських рішень.

8. Соціально-економічний, демографічний фактор містить масив інформаційних даних щодо рівня безробіття населення, розміру прожиткового мінімуму, доходів населення, вікової структури, міграції та руху населення, якості життя. Наявність такої інформації в інформаційному забезпеченні дозволяє її проаналізувати, поширити на підприємстві та в процесі управління визначити безпечні умови праці, бажаний рівень доходу, налагодити роботу в колективі, що сприятиме зростанню продуктивності та покращенню якості виробленої продукції.

Зовнішні фактори впливу неможливо корегувати, але існує можливість щодо їх своєчасного врахування в інформаційному забезпеченні, що сприятиме відбору необхідної інформації, ефективному використанню інформаційних ресурсів, зменшенню негативного впливу даних факторів на управління діяльністю підприємства, прийняттю рішень з розробки способів захисту від впливу загроз, ризиків, їх нейтралізації, а також напрямів подальшої діяльності. Зменшити вплив факторів зовнішнього середовища можливо через існуючу стратегію розвитку, яка сприятиме відбору необхідних інформаційних даних з урахуванням сформованих цілей.

Зауважимо, що врахування внутрішніх факторів відіграє вагоме значення в забезпеченні внутрішньою інформацією, оскільки їх можна корегувати, вносити корективи в процес поширення інформації, обирати необхідні та достовірні дані, що є передумовою ефективного управління основними сферами діяльності підприємства, прийняття виважених рішень, розробки методів боротьби з виявленими загрозами. Серед внутрішніх факторів впливу нами сформовано:

1. Система маркетингу, тобто відображає інформаційні дані щодо обсягів збуту продукції, існуючого попиту на товари, існуючих потреб споживачів, ефективності продажу товарів на внутрішньому та міжнародному ринку, застосування сучасних методів продажу, рекламних заходів, якості та рівня цін на продукцію, конкурентоспроможності продукції. Врахування даного фактору дозволяє забезпечити необхідною інформацією підприємство в процесі управління діяльністю, що сприятиме розробці конкурентного продукту, розширенню ринків збуту, пошуку споживачів.

2. Система менеджменту – даний фактор містить інформацію, що впливає на інформаційне забезпечення, а саме: ефективність управління працівниками та організація їх роботи; ефективність управління діяльністю за визначений період; організація, координація, контроль, мотивація діяльності персоналу; раціональність використання ресурсів; розмір необхідних витрат, ресурсів на управління структурними підрозділами; особливості здійснення управління; наявність інформаційних технологій; зовнішнє оточення. Даний фактор впливає на якість, ефективність інформаційного забезпечення, оскільки надання достовірної та своєчасної інформації сприятиме покращенню процесу управління на підприємстві.

3. Виробничі фактори – формування масиву даних щодо ефективності управління діяльністю підприємством. Ефективність управління діяльністю визначається часткою зношеного обладнання, наявністю нових технологій виробництва, впровадженням інновацій, забезпеченістю сировиною і матеріалами, рівнем енергозатрат, прибутковістю виробленої продукції, зв'язками з постачальниками.

Даний фактор визначає інформаційні дані щодо процесу виробництва, які доцільно використовувати в управлінні діяльністю з метою коригування та подальшого покращення ефективності виробництва.

4. Фактор забезпеченості ресурсами дозволяє сформувати інформацію щодо достатності джерел фінансування, трудових, матеріальних, інформаційних ресурсів для здійснення управління діяльністю підприємства, наявності інвестиційного капіталу, розміру витрати на процес управління, необхідності залучення ресурсів та визначити способи підвищення ефективності їх використання, що дозволить отримати бажаний результат, досягти цілей. Тому виокремлення даного фактору є доцільним, адже дозволить використати інформацію щодо рівня ресурсного забезпечення та поширити її серед керівництва з метою ефективного управління діяльністю, зростання прибутковості, налагодження господарської діяльності.

5. Фактор забезпеченості кадрами передбачає формування інформації щодо ефективності роботи персоналу, рівня забезпеченості робочою силою, необхідності підвищення кваліфікації, плинності кадрів, використання методів мотивації та стимулювання працівників. Дана інформація є необхідною для вивчення потреб працівників, підвищення ефективності процесу управління шляхом корегування роботи персоналу, що сприятиме зростанню продуктивності праці та результатів діяльності підприємства.

6. Стан інформаційної інфраструктури, що передбачає сукупність інформаційних даних щодо забезпеченості інформаційною технікою, рівня інформаційного обслуговування, програмного забезпечення, наявності інформаційних ресурсів, ефективності електронного зв'язку та є основним джерелом інформування управлінської діяльності з метою покращення виробництва, проведення наукових досліджень.

7. Фактор раціональності використання інформаційних ресурсів, повнота та швидкість поширення інформації впливає на процес управління діяльністю підприємства та його врахування дозволяє впроваджувати сучасне програмне забезпечення, підвищити якість даних, здійснити автоматизовану обробку інформації, проводити реорганізацію окремих структурних підрозділів, прискорити реалізацію продукцію, покращити роботу в цілому.

8. Специфіка діяльності та організаційна структура – містять інформацію про особливості функціонування підприємства, умови розвитку, його роль в соціально-економічному розвитку держави, суспільства, основні напрямки розвитку, види діяльності, специфіку діяльності апарату управління, взаємозв'язки між ними та працівниками, прийняті управлінські рішення, виконання завдань і досягнення цілей, повноваження працівників, посадових осіб, злагодженість роботи колективу. Дана інформація аналізується, зберігається, поширюється через інформаційне забезпечення, оцінюється вплив факторів на інформацію та далі враховуються дані в управлінні діяльністю для розподілу ресурсів, коригування роботи структурних підрозділів, визначення основних напрямів розвитку.

9. Швидкість прийняття рішень обумовлює вплив на поширення інформації від керівництва до структурних підрозділів, персоналу, що сприяє подальшому виконанню сформованих завдань, досягненню поставлених цілей, вирішенню існуючих проблем, покращенню виробничої діяльності, підвищенню прибутковості виконаних операцій, а також на основі отриманої інформації керівництво приймає раціональні рішення в управлінській діяльності.

10. Ефективність діяльності підприємства – тобто отримані дані щодо прибутковості функціонування підприємства повинні бути перевірені, підтвержені додатковими розрахунками та достовірною інформацією щодо фінансового стану, платоспроможності, конкурентоспроможності передається до керівництва для прийняття стратегічних рішень, подальшого управління діяльністю.

11. Технологія – даний фактор впливає на ефективність управління через поширення інформації щодо частки нового обладнання, зношеності основних фондів, ефективності використання сировини, матеріалів, виробничої діяльності, обсягів виробництва продукції відповідно до існуючого попиту, каналів збуту. Врахування даного фактору дозволить покращити ефективність управління та прийняття рішень в усіх сферах діяльності.

Виділені фактори впливу на забезпечення інформацією в управлінні діяльністю є доцільними для врахування в процесі діяльності підприємства при використанні інформаційного забезпечення, поширенні інформації. Своєчасне врахування факторів в інформаційному забезпеченні сприятиме покращенню управління діяльністю, прийняттю раціональних управлінських рішень, стабільності економічного розвитку, створенню сприятливих умов функціонування промислового підприємства.

Висновки і пропозиції. Запропоновані фактори впливу на забезпечення інформацією в управлінні діяльністю промислового підприємства було поділено на зовнішні та внутрішні. Своєчасне врахування зовнішніх факторів дозволить покращити поширення інформації серед підприємств, обробку інформації, оцінити правдивість даних, що вплине на підвищення якості інформаційного забезпечення, доступність до інформації персоналу та ефективність роботи керівництва у сфері управління підрозділами. Визначення впливу внутрішніх факторів дозволяє підвищити якість інформації, швидко поширити дані серед керівництва для покращення процесу управління. Вище наведені фактори є доцільними для врахування в роботі підприємства з метою підвищення ефективності інформаційного забезпечення та активізації управлінської діяльності, а також для забезпечення безперервності розвитку.

Подальші дослідження доцільно спрямувати на розробку системи інформаційного забезпечення в управлінні діяльністю підприємства з метою підвищення ефективності використання інформації, роботи підприємства.

Література

1. Атанасов, М. та Йона, О., 2014. Вплив інформаційних технологій на розвиток підприємства. В: Гармонізація суспільства – новітній напрямок розвитку держави: Всеукраїнська наукова конференція аспірантів та молодих вчених. Одеса, Україна, 25 Березень 2014. Одеса: Одеський національний економічний університет.
2. Валуліліна, З.В., 2016. Фактори впливу на процес забезпечення інформаційної безпеки корпоративної економіки. Бізнес Інформ, [online] № 6, с. 101–105. Доступно: <http://www.business-inform.net/annotated-catalogue/?year=2016&abstract=2016_06_0&lang=ua&stqa=14> [Дата звернення 15 Березень 2018].
3. Грінченко, А.В., 2012. Класифікація факторів впливу на витрати підприємства. Теоретичні та прикладні питання економіки: збірник наукових праць, [online] Вип. 27(1), с. 392–398. Доступно: <http://nbuv.gov.ua/UJRN/Tppe_2012_27%281%29_52> [Дата звернення 20 Березень 2018].
4. Замула, О.О. та Замула, О.В., 2015. Фактори впливу на рівень та структуру інформаційних затрат. В: Є.І. Сокол, ред., Інформаційні технології : наука, техніка, технологія, освіта, здоров'я (MicroCAD–2015): Тези доповідей 23-ї Міжнародної науково-практичної конференції. Харків, Україна, 20–22 Травень 2015. Харків: НТУ «ХПІ», Ч. 4.
5. Лісовський, І.В., 2016. Інформаційно-аналітичне забезпечення управління витратами промислових підприємств. Кандидат наук: автореферат дисертації. Херсон: ХНТУ, 21 с.
6. Мадрига, Г.М., 2012. Теоретичні підходи до аналізу факторів впливу на ефективність діяльності малих підприємств. Вісник Національного університету «Львівська політехніка», [online] № 739: Менеджмент та підприємництво в Україні: етапи становлення і проблеми розвитку, с. 16–21. Доступно: <<http://ena.lp.edu.ua:8080/handle/ntb/17241>> [Дата звернення 15 Березень 2018].
7. Мандражи, З.Р., 2015. Інформаційне забезпечення стратегічного управління підприємством. Економічний аналіз: зб. наук. праць, [online] Т. 20, с. 251–256. Доступно: <<https://www.econa.org.ua/index.php/econa/article/view/775>> [Дата звернення 15 Березень 2018].
8. Падерін, І.Д. та Новак, Є.Е., 2015. Аналіз впливу зовнішніх та внутрішніх факторів на стратегії підприємств малого та середнього бізнесу. Економічний вісник Донбасу, [online] № 3 (41), с. 135–141. Доступно: <<http://dspace.nbuv.gov.ua/handle/123456789/93653>> [Дата звернення 20 Березень 2018].
9. Побережна, М.П., 2009. Ідентифікація впливу інформаційної системи на фактори зовнішнього та внутрішнього середовища організації. Збірник наукових праць Черкаського державного технологічного університету. Серія: Економічні науки, [online] Вип. 24(1), с. 91–94. Доступно: <<http://ven.chdtu.edu.ua/article/view/88460>> [Дата звернення 15 Березень 2018].
10. Суюсанова, О.Л., 2013. Фактори впливу на ефективність управління персоналом харчових підприємств. Ефективна економіка, [online] №3. Доступно: <<http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=3222>> [Дата звернення 15 Березень 2018].

References

1. Atanasov, M. ta Yona, O., 2014. Vplyv informatsiinykh tekhnolohii na rozvytok pidpriumstva. V: Harmonizatsiia suspilstva – novitnii napriamok rozvytku derzhavy: Vseukrainska naukova konferentsiia aspirantiv ta molodykh vchenykh. Odesa, Ukraina, 25 Berez 2014. Odesa: Odeskyi natsionalnyi ekonomichnyi universytet.
2. Valiullina, Z.V., 2016. Faktory vplyvu na protses zabezpechennia informatsiinoi bezpeky korporativnoi ekonomiky. Biznes Inform, [online] № 6, s. 101–105. Dostupno: <http://www.business-inform.net/annotated-catalogue/?year=2016&abstract=2016_06_0&lang=ua&stqa=14> [Data zvernennia 15 Berez 2018].
3. Hrinchenko, A.V., 2012. Klyasyfikatsiia faktoriv vplyvu na vytraty pidpriumstva. Teoretychni ta prykladni pytannia ekonomiky: zbirnyk naukovykh prats, [online] Vyp. 27(1), s. 392–398. Dostupno: <http://nbuv.gov.ua/UJRN/Tppe_2012_27%281%29_52> [Data zvernennia 20 Berez 2018].
4. Zamula, O.O. ta Zamula, O.V., 2015. Faktory vplyvu na riven ta strukturu informatsiinykh zatrat. V: Ye.I. Sokol, red., Informatsiini tekhnolohii : nauka, tekhnika, tekhnolohiia, osvita, zdorovia (MicroCAD–2015): Tezy dopovidei 23-yi Mizhnarodnoi naukovo-praktychnoi konferentsii. Kharkiv, Ukraina, 20–22 Traven 2015. Kharkiv: NTU «KhPI», Ch. 4.
5. Lisovskiy, I.V., 2016. Informatsiino-analitychne zabezpechennia upravlinnia vytratamy promyslovykh pidpriumstv. Kandydat nauk: avtoreferat dysertatsii. Kherson: KhNTU, 21 s.
6. Madryha, H.M., 2012. Teoretychni pidkhody do analizu faktoriv vplyvu na efektyvnist diialnosti malykh pidpriumstv. Visnyk Natsionalnoho universytetu «Lvivska politehnika», [online] № 739: Menedzhment ta pidpriumnytstvo v Ukraini: etapy stanovlennia i problemy rozvytku, s. 16–21. Dostupno: <<http://ena.lp.edu.ua:8080/handle/ntb/17241>> [Data zvernennia 15 Berez 2018].
7. Mandrazhy, Z.R., 2015. Informatsiine zabezpechennia stratehichnoho upravlinnia pidpriumstvom. Ekonomichnyi analiz: zb. nauk. prats, [online] T. 20, s. 251–256. Dostupno: <<https://www.econa.org.ua/index.php/econa/article/view/775>> [Data zvernennia 15 Berez 2018].
8. Paderin, I.D. ta Novak, Ye.E., 2015. Analiz vplyvu zovnishnikh ta vnutrishnikh faktoriv na stratehii pidpriumstv maloho ta serednoho biznesu. Ekonomichnyi visnyk Donbasu, [online] № 3 (41), s. 135–141. Dostupno: <<http://dspace.nbuv.gov.ua/handle/123456789/93653>> [Data zvernennia 20 Berez 2018].
9. Poberezhna, M.P., 2009. Identyfikatsiia vplyvu informatsiinoi systemy na faktory zovnishnoho ta vnutrishnoho seredovyscha orhanizatsii. Zbirnyk naukovykh prats Cherkaskoho derzhavnogo tekhnolohichnoho universytetu. Seriia: Ekonomichni nauky, [online] Vyp. 24(1), s. 91–94. Dostupno: <<http://ven.chdtu.edu.ua/article/view/88460>> [Data zvernennia 15 Berez 2018].
10. Suiusanova, O.L., 2013. Faktory vplyvu na efektyvnist upravlinnia personalom kharchovykh pidpriumstv. Efektyvna ekonomika, [online] №3. Dostupno: <<http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=3222>> [Data zvernennia 15 Berez 2018].

Рецензія/Peer review : 17.05.2018
Надрукована/Printed : 02.06.2018
Рецензент: д. е. н., проф. Гончар О. І.

УДК 658.589.519.866

ПАРІЙ О. М.

Тернопільський національний економічний університет

МЕХАНІЗМИ ВИКОРИСТАННЯ ІНФОРМАЦІЙНИХ РЕСУРСІВ ДЛЯ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ УПРАВЛІННЯ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНИМ КАПІТАЛОМ ПІДПРИЄМСТВА

Визначено складові інформаційної системи організації. Виявлено інформаційні потоки, котрі дозволяють вирішувати завдання управління інтелектуальним капіталом. Інтерпретовано рівні інформаційної обізнаності. Показано механізм виникнення інформаційного потенціалу із загального інформаційного масиву. Запропоновано власні методичні підходи до організації збору інформації для управління інтелектуальним капіталом.

Ключові слова: інформаційні ресурси, алгоритм пошуку інформації, патентна інформація, інформаційна система управління інтелектуальним капіталом підприємства.

PARIY O.

Ternopil National Economic University

MECHANISMS OF USE OF INFORMATION RESOURCES FOR INCREASING EFFICIENCY OF INTELLECTUAL CAPITAL MANAGEMENT OF THE ENTERPRISE

The components of the information system of the organization are determined. The information flows, which allow to solve problems of intellectual capital management are revealed. Interpreted levels of informational awareness. The mechanism of the emergence of information potential from the general information array is shown. Proposed own methodical approaches to the organization of information collection for the management of intellectual capital. Also analyzed the structure of the management of intellectual property and made some conclusions. Are some aspects of the issues that relate to the activities of all intellectual property rights. Attention is focused on the role of intellectual capital management mechanisms to solve problems competitiveness and increasing the intellectual potential of the company. The fact was determined that goals are the foundation of management, here are their requirements and their types that were considered in this article. Special attention in that article has been paid to action sequences in constructing systems of management of intellectual capital that is universal for most of enterprises. Conclusions on the management of intellectual capital companies and provided some recommendations for further research.

Key words: information resources, algorithm of information search, patent information, information system of intellectual capital management of the enterprise.

Постановка проблеми. Для всебічного охоплення, обробки, розподілу, контролю інформаційних потоків необхідна інформаційна система, що дозволить вчасно отримати оперативні дані, сигналізуватиме про відхилення фактичних результатів від планових, допоможе виявити причини та способи реагування на ситуацію, що склалася. А доступність, достовірність, своєчасність необхідної інформації дозволяють приймати зважені управлінські рішення.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Вирішенню проблеми управління інформаційними потоками присвячені праці А. Веревченка, В. Годіна, С. Девераджа, Д. Петелина та ін. Проте, питання створення інформаційної системи управління інтелектуальним капіталом підприємства розглянуто недостатньо. Інформаційні потоки системи забезпечують оперативність комунікації та інтеграції учасників відтворення, управління та розвитку інтелектуального капіталу підприємства, тим самим підвищуючи якість прийнятих управлінських рішень на інституційному, управлінському та технічному рівнях управління.

Метою статті є створення інформаційної системи управління інтелектуальним капіталом підприємства. Для досягнення мети необхідно вирішити такі завдання: визначити сутність та складові інформаційної системи; виявити інформаційні потоки системи; визначити основні завдання інформаційної системи управління інтелектуальним капіталом підприємства; дослідити позитивний ефект від впровадження інформаційної системи управління інтелектуальним капіталом підприємства.

Виклад основного матеріалу. Як відомо, для здійснення ефективного управління будь-якими процесами на підприємстві необхідне існування відповідної інформації, яка могла б забезпечити максимально-результативне прийняття рішень. Для одержання будь-якої інформації про інтелектуальний капітал необхідно провести ґрунтовний маркетинговий аналіз ринку інтелектуальної власності та наявного інтелектуального потенціалу на підприємстві. Даний аналіз має дати відповіді на наступні питання: яка структура ринку інтелектуальної власності та його вартість, кількість об'єктів і суб'єктів, які діють на ринку, кількість перспективних розробок в даній галузі, правові аспекти реалізації об'єктів інтелектуальної власності, як ефективно організувати пошук об'єктів інтелектуальної власності і визначити справедливую ціну ліцензії.

В ході дослідження інтелектуального капіталу необхідно уточнити такі дві його особливості: по-перше, інтелектуальний капітал, будучи цілісною економічною категорією, все ж таки не підлягає дослідженню як єдиного цілого, оскільки містить в собі зовсім різні за значенням складові. Саме тому, для

отримання найбільш точної інформації необхідно, на нашу думку, проводити дослідження кожної складової частини інтелектуального капіталу; по-друге, не зважаючи на специфічність інтелектуального капіталу, що пов'язано з його нематеріальною складовою, весь процес аналізу купівлі-продажу інтелектуального капіталу базується на основних принципах і методах маркетингу. Схема такого аналізу інтелектуального капіталу представлена на рис. 1. Дослідження ринку повинно здійснюватися на основі комплексності даних показників, оскільки недостовірна інформація про один з будь-яких елементів може призвести до порушення принципу повноти інформації і прийняття неправильного рішення. Наведемо ті відмінності, які належать дослідженню конкретного елемента інтелектуального капіталу.

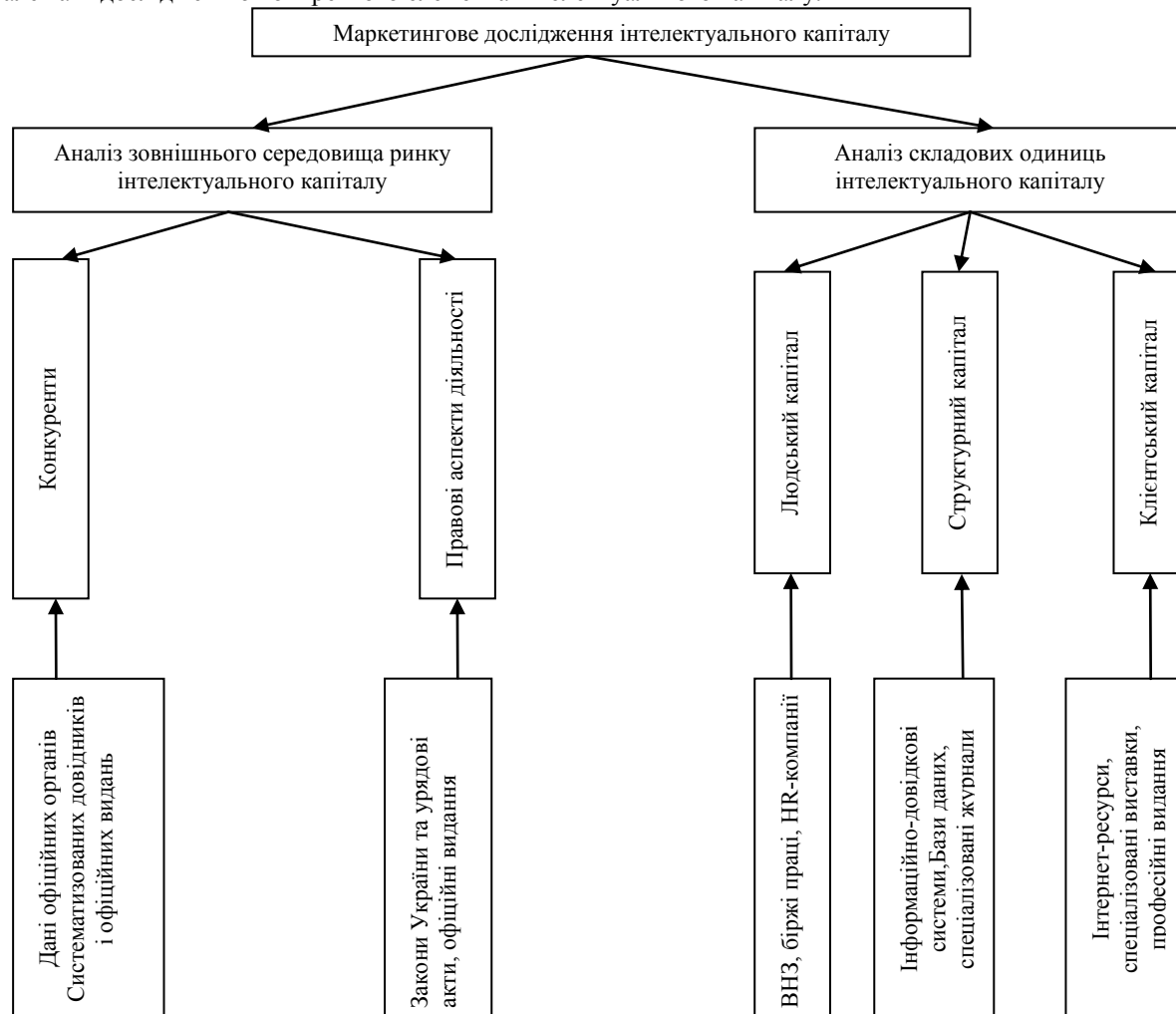


Рис. 1. Структура дослідження інтелектуального капіталу

Джерело: укладено автором

Дослідження конкурентів передбачає вивчення основних конкурентів-виробників даного продукту, їх збутову діяльність на ринку інтелектуальних продуктів, науково-технічний потенціал, портфеля патентів, маркетингову стратегію і тактику. Для проведення такого дослідження використовують дані офіційних статистичних органів, міжнародних організацій і урядових джерел, спеціалізованих довідників і ділових видань.

Дослідження правових аспектів передбачає аналіз законів та урядових актів, які регулюють патентну діяльність в країнах-експортерах (якщо іде мова про продаж за кордон об'єктів промислової власності), аналіз винаходів на предмет отримання патентів, наявність патентної чистоти в винаходах, аналіз інших охоронних документів.

Маркетинг людського капіталу є нічим іншим, як ґрунтовним аналізом ринку праці. Ринок праці являє собою сукупність усіх роботодавців і людей, які наймається на роботу, а також різного роду організацій, які надають послуги в сфері працевлаштування і пошуку персоналу: державні служби зайнятості, кадрові агенції, навчальні заклади, які готують відповідних спеціалістів. Маркетинг на ринку праці передбачає аналіз всієї пропонованої праці з боку працівників, основним завданням якого є кадрове забезпечення підприємства. Ефективний маркетинг робочої сили означає таку ситуацію, коли збалансовуються інтереси працівників і працедавців. Підприємству для проведення ефективного маркетингу необхідно дослідити загальну кількість працівників, які є на ринку, ступінь їхньої освіти, очікуваний рівень

зарплати, побажання стосовно майбутньої роботи, а також наявність конкурентів-працедавців: що вони пропонують працівникам, порівняння витрат на самостійну підготовку і перепідготовку кадрів у відповідності зі своїми потребами. Доцільним було б також дослідити кількість студентів спеціальностей, потрібних для даного підприємства і вже на етапі навчання проводити підготовку спеціалістів для себе [1].

Маркетинг структурного капіталу являє собою найбільш складну і об'ємну частину всього процесу маркетингового дослідження інтелектуального капіталу. На даному етапі дослідження необхідно відповісти на ряд важливих питань: наскільки технологічний рівень об'єктів інтелектуальної власності відповідає вимогам, скільки необхідно придбати об'єктів для модернізації виробництва, чи підприємству доцільно продовжувати виробництво вже наявних товарів з покращеними характеристиками, чи підприємство може спробувати випуск зовсім нового товару.

Інтелектуальному капіталу як об'єкту маркетингового дослідження притаманні ряд особливостей. Головною відмінністю дослідження інтелектуального капіталу є те, що товар, який створюється в науковій сфері, переважно є продуктом одиничного випуску (що стосується структурного капіталу); важко проводити дослідження через значну таємність інформації; відсутність товарів-аналогів і тим самим значну складність у визначенні справедливої ціни ліцензії [2]. Відмінність застосування методів маркетингу полягає, насамперед, в дослідженні таких особливостей товару, які притаманні структурній частині інтелектуального капіталу і характерні лише для науково-технічної продукції. Перелічимо їх детальніше:

Дослідження на предмет створення об'єктів промислової власності – даний етап передбачає дослідження ринку на предмет необхідності створення і потреби в нових товарах, можливості створюваного товару забезпечити зростаючі потреби суспільства, обсяг виробництва і наявність конкурентів.

Науково-конструкторські дослідження. Даний етап передбачає аналіз минулих маркетингових досліджень на предмет доцільності виробництва даного товару, зовнішній вигляд товару, з якими технічними характеристиками буде виготовлятися продукція, а також споживчу орієнтацію.

Дослідно-конструкторські розробки. На етапі такого дослідження дається аналіз всієї матеріальної стороні виробництва нової продукції. Аналіз передбачає врахування потреб споживачів і вивчення патентної документації, чи можливе виробництво даного товару на теперішній технологічній базі, проведення експериментальних досліджень на предмет відповідності заданим технічним показникам, оцінка повноти виконання задач і розробка рекомендацій щодо подальших досліджень об'єкта.

Патентування товару – етап, який найбільш характерний для об'єкта промислової власності і передбачає комплекс заходів при дослідженні товару на предмет патентної чистоти. Патентна чистота – це юридична властивість об'єкта інтелектуальної власності бути вільно використаним в даній країні без можливості порушення діючих на її території патентів, що належать третім особам. Маркетинг на даному етапі передбачає також дослідження умов патентування для тих країн, де передбачається продавати даний товар.

Головна проблема аналізу ринку інтелектуального капіталу полягає в тому, як найефективніше і найшвидше скористатися всіма наявними ресурсами, щоб отримати найбільш повну і достовірну інформацію про інтелектуальний капітал в умовах величезних масштабів інформації. Так, фактор часу має значний вплив на економічну сторону процесу дослідження, сприяє прискоренню впровадження розробок у виробництво [3]. Питання врахування фактору часу в інформаційній діяльності щодо інтелектуального капіталу полягає або в зменшенні часу виконання науково-технічних розробок, або в максимально швидкому пошуку необхідних об'єктів інтелектуальної власності. Для цього необхідно побудувати систему здійснення пошуку науково-технічної інформації високого рівня, однією з умов побудови якої є ефективне використання минулої наукової праці вчених, інженерів та інших спеціалістів, яке представлено в різному роду джерелах науково-технічної інформації [4].

Основною структурною одиницею інформаційної системи є поняття „інформація”, але не просто інформація будь-яка, а «формація ефективна». В нашому розумінні ефективна інформація досягається тоді, коли на початку пошуку задається якимсь необхідним значенням показника, а на виході отримуємо необхідну інформацію про даний показник. При чому, враховуючи специфіку об'єктів інтелектуальної власності, а саме моральний час їх зносу, а також постійно зростаючу кількість реєстрації охоронних документів на винаходи, для об'єктів інтелектуальної власності, крім критерію повноти, достовірності, актуальності, необхідно ввести критерій швидкості. Такий критерій необхідний тому, що від швидкості пошуку необхідного нам патенту на технологію залежить перетворення даної інформації в кінцевий інтелектуальний продукт. Тобто, необхідною умовою побудови процесу пошуку інформації є можливість її використання у власному виробництві, або нового технічного рішення, нового ринку збуту або способу виробництва. Необхідною умовою побудови процесу пошуку інформації є можливість її використання у власному виробництві, або нового технічного рішення, ринку збуту чи способу виробництва.

Для отримання достовірної інформації покажемо основні істотні характеристики, які можуть бути висунуті для об'єктів інтелектуальної власності з точки зору пошуку інформації про них:

1. Достовірність – це відповідність отриманої інформації об'єктивному стану речей. Головною властивістю даної характеристики є безпомилковість та істинність даних. В даному випадку необхідно говорити про невизначеність інформації (ентропія). Так, отримання інформації (²) відбувається в

результаті передавання сигналів від одного джерела до іншого. Позначимо сигнал, що передається \hat{A} , а сигнал, що приймається, \hat{A} . Якщо під час передачі сигналів відсутні будь-які перешкоди, то $\hat{A} = \hat{A}$. Але відомо, що завжди при передачі даних відбувається спотворення сигналу, в результаті дії шуму, тобто $\hat{A} \neq \hat{A}$. Розрахуємо в такому випадку величину H^2 . Інформація як величина є показником завжди невід'ємним $H^2(\hat{A}, \hat{A}) \geq 0$, в той же час \hat{A} завжди більша \hat{A} , оскільки величина початкова завжди буде більша за ту, яку ми отримуємо на виході. Тоді обсяг інформації, який був переданий від одного об'єкта до іншого, буде дорівнювати різниці $\hat{A} - \hat{A}$. Знайти дану різницю можна на основі формули:

$$H^2 = \hat{A} - \hat{A} = -\sum_i P_i \log P_i, \quad (1)$$

де P_i – імовірність настання однієї з подій;

Показник $(-\log P_i)$ розглядають як кожен часткову інформацію від деякого джерела повідомлення. Тобто даний показник знижує величину ентропії. Яким чином можна отримати такий показник, наприклад, для пошуку необхідної інформації стосовно деякого об'єкта інтелектуальної власності:

- за рахунок опрацювання додаткової кількості баз даних і інформаційно-довідкових систем, підключення до Internet;

- за рахунок використання додаткових параметрів пошуку (за галузями, МПК, видами продукції);

- за рахунок використання патентної інформації;

- за рахунок залучення до аналізу ринку фахівців в даній галузі;

- за рахунок збільшення пропускну здатності комп'ютерних технологій (обсягу отримання інформації).

2. Обсяг – це показник, який означає ту величину даних, яку ми отримуємо в результаті проведення пошуку.

3. Цінність – дана характеристика для об'єкта інтелектуальної власності означає, що інформація, яка поступає, обов'язково конвертується в подальшому в отримання прибутку чи економічного ефекту.

4. Актуальність – дана характеристика означає, що інформація, яка є зібрана є потрібною лише в даний момент часу.

5. Доступність – найважливіша ознака для проведення якісного дослідження науково-технічної інформації.

Одним з основних завдань ефективної організації роботи інформаційної системи є визначення потреби кожного користувача в інформації. Сукупність усієї інформації формує його інформаційну потребу. Сутнісною відмінністю інформації науково-технічного характеру від звичайної є джерела її отримання (табл. 1).

Таблиця 1

Джерела отримання науково-технічної інформації

Вид інформації	Характеристика	Джерела її отримання
Загальна	Інформація про стан розвитку інтелектуальної власності країни, діяльність міжнародних інституцій, зміни в законодавстві	Засоби масової інформації
Фінансово-економічна	Інформація про діяльність суб'єктів ринку, обсяг і асортимент продукції, ділові зв'язки.	Спеціалізовані бази і банки даних
Науково-технічна	Науково-технічна інформація в фундаментальних галузях науки	Спеціалізовані журнали, видання. Інша технічна інформація, яка надається комерційними і державними установами.
Патентна	Опис винаходів і корисних моделей	Спеціалізовані патентні бази даних

Як бачимо з даних таблиці, інформація науково-технічного характеру міститься переважно в спеціальних інформаційних ресурсах.

Патентна інформація є сукупністю даних про результати науково-дослідних, проектно-конструкторських видів діяльності, які визнані відкриттями, винаходами, промисловими зразками і товарними знаками і містять інформацію про охорону прав і держателів охоронних документів[5, с.67]. Без вивчення патентної інформації неможливо здійснити розробку і дослідження нової техніки і технології.

Дуже часто підприємства, які досліджують патентну інформацію, використовують лише дані про технічні відомості патенту. Таке розуміння суті патентної інформації є досить обмеженим, оскільки патентна інформація містить також бібліографічні дані авторських свідоцтв і патентів; перелік фірм, які випускають подібну або аналогічну техніку, інформаційні дані із технічної літератури; на основі патентної інформації можна провести аналіз перспектив розвитку галузі, в якій використовуватиметься дана

продукція; оцінка ємності товарного ринку [6]. Відомості про патентну інформацію акумулюються в патентних документах, які є сукупністю опублікованих і неопублікованих документів про результати науково-дослідних, проектно-конструкторських робіт, заявлені і визнані винаходами, промисловими зразками, корисними моделями і містять в собі, в першу чергу, науково-технічну та правову інформацію, яку шукачі використовують для проведення експертизи на предмет визначення відповідності документу умовам патентності [7]. На даний час існує велика різноманітність документів, де публікується патентна документація. Патентний пошук – це вивчення охоронних документів різних країн з метою виявлення серед них патенту на винахід чи відкриття, аналогічних зробленому чи досліджуваному [8].

Необхідно визначити найбільш швидкі і ефективні способи пошуку необхідної патентної інформації. Дана проблема вирішується за допомогою системи Web та Internet, яка виступає як розподілена мережа, яка вміщує в собі комп'ютерні вузли, що розподілені по усьому світу. Згідно останніх даних, система Інтернет охопила понад 40 тис. окремих мереж, з яких 1,7 млн. вузлових комп'ютерів. Крім того, переважна більшість країн світу давно вже перевела свою інтелектуальну інформацію в електронний вигляд. Для нашого дослідження важливо розробити найбільш оптимальну систему пошуку патентної інформації, яка б змогла охопити найзагальніші дані відносно патентів на протязі короткого проміжку часу.

Стандарти системи Web є досить простими, використовуються у всьому світі і дозволяють підтримувати інфраструктуру комунікацій в середовищі прийняття рішень. При проведенні такого пошуку на базі Internet стає можливим швидко одержати інформацію з Бази Даних, які зберігаються у вигляді документів, файлів в десятках тисяч джерел по всій мережі. Web побудована на основі технології «клієнт-сервер», інформація на якій зберігається у вигляді гіпертекстових документів.

Самим поширеним способом пошуку патентної інформації є пошук з міжнародної патентної класифікації (МПК), яку застосовують приблизно 100 країн світу. В даний час МПК в Україні проходить кілька етапів свого розвитку, що пов'язано з надходженням інформації українською, а не російською мовами, як раніше; зміною дворівневої структури МПК на однорівневу. Так, згідно з рішенням Комітету експертів Спеціального союзу Міжнародної патентної класифікації (Комітет експертів з МПК) ВОІВ, із січня 2011 року буде підтриманий та опублікований лише один текст МПК, який відповідає поглибленому рівню поточної версії класифікації і відмінюється базовий рівень. В Україні ж з 1 січня 2011 року буде можливість під час пошуку використовувати основні групи уніфікованої структури МПК українською мовою. З початку I кварталу 2012 року для пошуку вийде оновлена українська версія МПК-2012.01, тексти яких будуть опубліковані лише в Інтернеті. Інформація, яка стосується основної схеми МПК, представлена на офіційному сайті ВОІВ www.wipo.int/classifications/ipc/en. Для підприємства пошук патентної документації можна здійснити по тих базах даних, які розміщені на веб-сайті Державного департаменту інтелектуальної власності та Інституту промислової власності. Тут знаходиться 12 баз даних і 10 інформаційно-довідкових систем. Здійснювати пошук по Базах Даних ефективно тому, що це є інтегрована сукупність всіх даних, які впорядковані в каталог, де можна здійснити запит стосовно пошуку необхідної інформації. Інформація щодо винаходів і корисних моделей в Інституті промислової власності України є дискові системи зберігання даних Storage Area Network та оптичні диски DVD, які створюються з використанням авторського інструментарію Європейського патентного відомства MIMOSA. В Україні процес проведення експертизи заявок на винаходи та корисних моделей відбувається на основі 2-х регіональних організацій ЄПВ та ЄАПВ, а також 7 патентних відомств таких країн, як США (одна з найбільших баз) Англії, Японії, Німеччини та Російської Федерації, країн СНД, що перетворені в одну базу даних.

Пошук патентної інформації можна здійснити також в пошуковій системі ЄПВ (www.espacent.com). Вище перелічені інституції виступають суб'єктами ринку інтелектуальної власності в світі, які створені для сприяння підприємствам в пошуку необхідних їм об'єктів інтелектуальної власності, а також ефективного просування підприємствами своєї науково-технічної продукції.

В Україні такими суб'єктами ринку інтелектуальної власності виступає Український центр інноватики і патентно-інформаційних послуг (www.ip-centr.kiev.ua). Центр поділений на відділи, кожен з яких надає окремі послуги. Так, відділ інноватики допомагає знайти партнерів для здійснення інноваційних проектів засобами Інтернет-біржі промислової власності (ІБПВ). На сторінках Інтернет-біржі розміщується інформація про об'єкти промислової власності, власниками яких є клієнти Біржі, при чому дана інформація подається на трьох мовах (українська, російська, англійська).

Відділ консультацій та роботи з громадськістю надає консультації з організаційних та правових питань щодо набуття, отримання захисту та використання прав на об'єкти інтелектуальної власності. Спеціалісти Відділу патентних досліджень проведуть патентні дослідження щодо патентної ситуації на предмет патентної чистоти документу, допоможуть визначити порушення прав власників чинних охоронних документів. Відділ також проводить попередню оцінку відповідності об'єктів інтелектуальної власності умовам видачі охоронного документу.

Окремо у складі центру можна виділити Фонд патентної документації громадського користування, в якому зберігається інформація про документацію патентних відомств 65 країн світу та 4 міжнародних організацій інтелектуальної власності. Спеціалісти відділу проводять пошук патентної інформації про винаходи, корисні

моделі, промислові зразки та інші об'єкти інтелектуальної власності. На сторінках Центру можна знайти інформацію про виставки та конференції, а також найновіші місцеві та світові новини в сфері інтелектуальної власності. Також варто відмітити, що на сайті Центру знаходиться Біржа промислової власності. На її сторінках зацікавлені особи можуть знайти вже готові винаходи, а також потенційних інвесторів. Для цього необхідно вибрати лише галузь застосування та заповнити необхідну інформацію в електронному ресурсі, яка подається нижче. Власне, Біржа промислової власності – це те місце, де можуть зустрітися виробники і споживачі об'єктів промислової власності для їх комерційної реалізації.

На сайті Українського інституту промислової власності України можна знайти багато цікавої і потрібної інформації для всіх учасників ринку інтелектуальної власності. Тут міститься інформація про стандарти і законодавство в сфері охорони інтелектуальної власності, вимоги Всесвітньої Організації Інтелектуальної Власності. Пошук об'єктів інтелектуальної власності на сторінках інституту здійснюють через розділ „Бази даних, інформаційно-довідкові системи, патентно-інформаційні продукти на оптичних носіях інформації”. В даному розділі вибираємо спочатку галузь застосування, в результаті чого відкривається список з усіма пропонованими винаходами. Пошук об'єктів інтелектуальної власності можна знайти і по-іншому. Для цього необхідно на пропонованих Інтернет ресурсах сайту ввести параметри пошуку необхідного нам документу.

Спеціалізований інноваційний портал (<http://intelpro.ua>), надає послуги з захисту і реєстрації об'єктів інтелектуальної власності, створення франчайзингового бізнесу, підготовки інноваційних проектів. Експерти допоможуть також провести технологічний аудит, який включає пошук об'єктів інтелектуальної власності на підприємствах і їх подальшу комерціалізацію.

Для сприяння розвитку трансферу технологій створено Державне агентство з питань науки, інновацій та інформатизації України (<http://www.dknii.gov.ua/>). Тут розроблена автоматизована система формування міждержавних інформаційних ресурсів, на основі якої створені бази даних, що забезпечують інформаційний супровід процесу трансферу інноваційних технологій.

Пошук необхідного патенту можна знайти в Базі „Інноваційних технологій і розробок”, де по галузях народного господарства містяться різноманітні винаходи, або через „Пошукову систему”, для чого необхідно набрати ключове слово. На ресурсі Агентства підприємство може також розмістити інформацію про свої розробки або замовити для себе нову розробку. Для цього потрібно лише на сторінці «Безоплатні послуги» заповнити відповідний бланк-заявку.

Агентство може також знайти інвестора або партнера згідно науковим напрямом діяльності підприємство, що можна зробити за допомогою розділу «Платні послуги».

Науково-дослідний інститут інтелектуальної власності Національної академії правових наук України (<http://www.ndiiv.org.ua>) проводить судові а також науково-правові експертизи об'єктів інтелектуальної власності, їх вартісну оцінку.

З метою регулювання ринку інтелектуальної власності 9 листопада 2009 року була заснована Всеукраїнська профспілка винахідників та інноваторів (<http://tuii.org>), яка разом з Асоціацією технологічних менеджерів та брокерів України (<http://atmb.org.ua>), з учасниками Національної мережі трансферу технологій (<http://www.ntn.org.ua>) сприяють ефективній комерціалізації науково-технічних продуктів, виконання програм технічного оновлення підприємств та просування на ринок нових товарів і послуг.

Як бачимо, існує досить різноманітна кількість Баз даних, де можна здійснити патентний пошук. Для нашого дослідження важливо розробити найбільш оптимальну систему пошуку патентної інформації, яка б змогла охопити найзагальніші дані відносно патентів на протязі короткого проміжку часу. Дана система має стати базою для побудови загальної системи маркетингового дослідження інтелектуального капіталу підприємства, оскільки на основі отриманої інформації будуть прийматися управлінські рішення. При чому, для аналізу перспектив розвитку галузі технології ці дані передбачається дослідити в масштабах всієї світової патентної інформації. Для цього на базі Internet побудуємо систему, яка передбачає аналіз Баз даних США, Європейського патентного відомства і Японії, сукупний обсяг патентної інформації яких складає понад 80%, а також спеціалізованих інформаційних центрів оперативної патентної інформації Derwent, Chemical Abstracts Service, видавничого центру «Патент» і ВІНИТИ РАН (рис. 2).

Основна ціль побудови такої системи полягає в забезпеченні пошукачів інформації меншого об'єму і більшої цінності, добитися представлення максимуму релевантної інформації за короткий час.

Основною задачею інформаційної системи є пошук необхідної інформації серед великої кількості баз даних і способів пошуку, то для правильної організації процесу дослідження необхідно обрати ті умови пошуку, які максимально будуть ефективні для користувача. Так, існують види пошуку співпадіння, коли задається одне значення ознаки і необхідно виділити тільки ті, у яких ключова ознака має це значення; пошук інтервалу, згідно з яким необхідно спочатку визначити границі інтервалу, а потім знайти значення, які знаходяться між цими границями [9]. Для патентного пошуку найбільш підходить пошук наближення, який означає, що для якоїсь ознаки P_{δ} знаходимо найближче значення Q_{i^s} ($P_{\delta} \sim Q_{i^s}$). Пошук наближення або зразу, або в кінцевому результаті має призвести до ситуації, коли $P_{\delta} = Q_{i^s}$, тобто для отримання достовірної інформації про патенти необхідно, щоб інформація була релевантною і точною.

Для того, щоб управлінське рішення було ефективним, алгоритм пошук інформації повинен дотримуватися таких критеріїв:

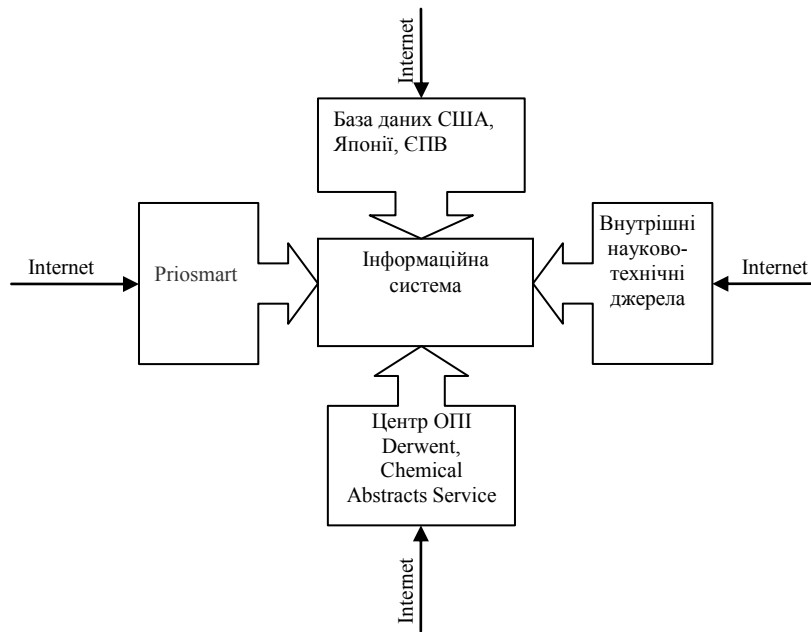


Рис. 2. Схема інформаційної системи

Кількість виданої інформації про об'єкт \tilde{d} залежить від об'єму опрацьованих баз даних і кількості виданих результатів:

$$Q_X = f(Q_A; Q_{A^2}), \quad (2)$$

де Q_A – кількість баз даних; \tilde{d} – шуканий об'єкт; Q_{A^2} – кількість виданої інформації про об'єкт \tilde{d} в базі даних Q_A .

При цьому необхідною умовою є дотримання умови, коли $Q_A \geq 4$, а $Q_{A^2} \neq 0 \rightarrow \min$. Дана умова означає, що кількість опрацьованих баз даних має бути не менше 4-х, а кількість виданих результатів має прямувати до мінімуму, але не дорівнювати 0, щоб хоча б отримати потрібний результат.

Час на здійснення пошуку має бути мінімальний:

$$\dot{d} = f(Q_{i\tilde{d}}; Q_{ii\tilde{e}}), \quad (3)$$

де $Q_{i\tilde{d}}$ – кількість пошукових фраз; $Q_{ii\tilde{e}}$ – кількість індексів міжнародного патентного класифікатора; При цьому для отримання мінімального часу пошуку необхідно, щоб виконувалась умова, коли $Q_{i\tilde{d}} = 4$, а $Q_{ii\tilde{e}} = 1$. $Q_{i\tilde{d}} = 4$, тому що максимальна кількість пошукових фраз, які можна одночасно ввести в поле пошуку переважної кількості баз даних є не більше 4-х. Звідси випливає, що чим менше значення $Q_{i\tilde{d}}$ і більше $Q_{ii\tilde{e}}$, тим більше значення T .

Витрати на збір інформації повинні бути мінімальними (без використання зовнішнього ресурсу): $V_i \rightarrow \min$

Звідси випливає, що максимальна якість управлінського рішення на базі пошуку інформації через Internet про об'єкти інтелектуальної власності описується як функція виду:

$$P_{\text{я}} = f(Q_x; T; V) \quad (4)$$

За умови, коли $T \rightarrow \min$; $V_i \rightarrow \min$; $Q_x \rightarrow \min \neq 0$

Як бачимо з формули, максимальна ефективність управлінського рішення отримується тоді, коли показники, від якого воно залежить, є мінімальними.

Варто також відмітити, що процес прийняття управлінського рішення можливий в умовах:

- 1) повної визначеності, коли $D_s = Q_{A^2}$, тобто отримано точний результат при заданому пошуку;
- 2) часткової визначеності, коли $D \sim Q_{A^2}$, тобто коли ми знаходимо приблизний результат про шуканий об'єкт;

3) повної невизначеності, коли $Q_{oi} = 0$. Для того, щоб уникнути останньої рівності необхідно залучити для опрацювання додаткові бази даних, інформаційно-довідкові джерела, наукові видання та публікації.

Рішення про доцільність купівлі-продажу патенту, можливість впровадження його у виробництво не може бути прийнято на етапі простого збору інформації і приймається на подальших етапах процесу прийняття рішення, але тим не менше інформаційна система є основою стосовно прийняття рішення щодо процесу відбору і аналізу інформації.

Процес прийняття управлінського рішення щодо можливості комерціалізації об'єктів інтелектуальної власності за допомогою інформаційної системи зображено на рис. 3

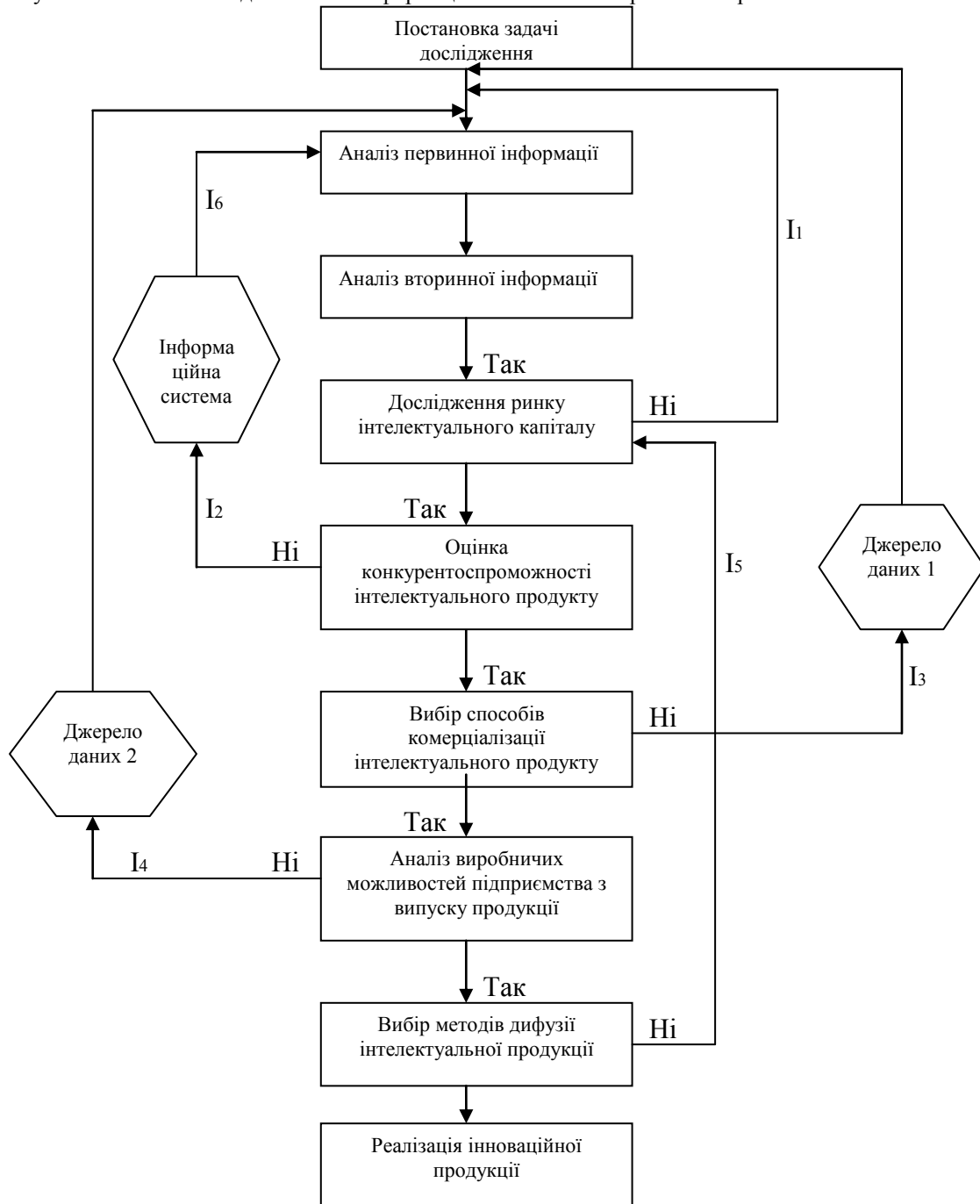


Рис. 3. Модель прийняття управлінського рішення

I1 – інформація, яку ми отримуємо при аналізі первинних і вторинних документів. Найчастіше при такому дослідженні отримують лише частину інформації про загальний інтелектуальний капітал на основі загальнодоступних даних, тому виникає необхідність повторного аналізу.

I2 – для отримання інформації про конкурентно-спроможність продукції необхідний глибокий аналіз, в першу чергу, патентної інформації.

I3 – для отримання такої інформації необхідний додатковий аналіз, який ми отримуємо з джерела даних 1.

Джерело даних 1 – для відповіді на ІЗ недостатньо лише інформації з первинних і вторинних даних. Тут необхідна спільна робота менеджменту підприємства і відділу збуту. Значну частину інформації отримують з І2.

І4 – інформація про можливості на даному підприємстві налагодити випуск продукції з заданими технологічними властивостями.

Джерело даних 2 – таку інформацію отримуємо на основі аналізу інформації з самого підприємства.

І5 – для отримання таких даних може потребуватися додаткова інформація про ринок інтелектуального капіталу.

І6 – не всю інформацію може містити патентна інформаційна система, тому може виникнути необхідність в перегляді баз даних інших відомств.

На даній схемі слово „так” означає те, що наступний етап дослідження може бути забезпечений попереднім етапом, якщо ж даних замало, тоді словом „ні” ми вказуємо ті напрямки додаткових даних, які необхідно отримати для отримання достовірних даних і переходу на наступний етап.

На нашу думку, дана система найбільш підходить для забезпечення ефективного процесу прийняття рішення. Варто також відмітити, що можливість комерційної реалізації інтелектуального продукту залежить від того, наскільки врахована необхідність в даній продукції, визначення її конкурентоспроможності, позиції фірми щодо позиції конкурента.

Висновки. Інформаційна система системи управління інтелектуальним капіталом підприємства моделює інтелектуальну діяльність людини, процеси прийняття рішень, дозволяє трансформувати знання з неявної форми в явну, матеріалізувавши їх як програмні продукти, які можна тиражувати і розповсюджувати; впорядкувати, нормалізувати, стандартизувати інтелектуальну діяльність, підвищити продуктивність її результатів; створити умови для самовдосконалення працівника, якщо він приймає участь у розробці та вдосконаленні програмного продукту; використовувати усіма працівниками стандартну мову опису знань.

Література

1. Маркетинг робочої сили: суть, концепції, функції, процес управління. URL: http://pidruchniki.com/17280924/menedzhment/marketing_personalu
2. Дибя М. В. Інтелектуальний капітал: структура й облік / М. В. Дибя. URL: http://www.vuzlib.com.ua/articles/book/7474-%D0%86ntelektualnij_kap%D1%96tal_stru/1.html
3. Брежнева-Єрмоленко О. В. Проблеми формування інтелектуального капіталу в Україні / О.В. Брежнева-Єрмоленко, І.А. Давидова. URL: <https://www.sworld.com.ua/index.php/ru/economy-311/economic-theory-and-history-311/7505-problems-formuvannya-telektualnogo-kaptalu>
4. Система інформації та її роль в організації комерції. URL: <http://ekon.in.ua/sistema-informaciyi-ta-yiyi-role-v-organizaciyi-komerciyi.html>
5. Вачевский Н.В. Патентно-лицензионная работа на промышленном предприятии : справ. пособие / Н.В. Вачевский, Р.И. Сьсин, В.И. Коваленко ; ред. Н.Н. Антипова. – Минск : Польшья, 1981. – 176 с.
6. Маркетингові дослідження. URL: <http://uawsi.com/24/241191.html>
7. Мікульонюк І. О. Інтелектуальна власність : навч. посіб. / І. О. Мікульонюк. – 3-є вид., переробл. і допов. – К. : НТУУ «КПІ», 2012. – 238 с.
8. Патентний пошук як важлива складова формування інноваційної політики. URL: <https://lektsii.org/14-34439.html>
9. Організація передачі даних в інформаційних системах. URL: <http://ni.biz.ua/6-4/23429.html>
10. Управління інноваційною діяльністю в економіці України : колект. наук. монографія / ред. С.А. Єрохіна. – Київ, 2008. – 116 с.

References

1. Marketynh robochoi syly: sut, kontseptsii, funksi, protses upravlinnia. URL: http://pidruchniki.com/17280924/menedzhment/marketing_personalu
2. Dyba M. V. Intelektualnyi kapital: struktura y oblik / M. V. Dyba. URL: http://www.vuzlib.com.ua/articles/book/7474-%D0%86ntelektualnij_kap%D1%96tal_stru/1.html
3. Brezhnieva-Yermolenko O. V. Problemy formuvannya intelektualnogo kapitalu v Ukraini / O.V. Brezhnieva-Yermolenko, I.A. Davydova. URL: <https://www.sworld.com.ua/index.php/ru/economy-311/economic-theory-and-history-311/7505-problems-formuvannya-telektualnogo-kaptalu>
4. Systema informatsii ta yii rol v orhanizatsii komertsii. URL: <http://ekon.in.ua/sistema-informaciyi-ta-yiyi-role-v-organizaciyi-komerciyi.html>
5. Vachevskiy N.V. Patentno-litsenziionnaya rabota na promyshlennom predpriyatii : sprav. posobie / N.V. Vachevskiy, R.I. Sysin, V.I. Kovalenko ; red. N.N. Antipova. – Minsk : Polyimya, 1981. – 176 s.
6. Marketynhovi doslidzhennia. URL: <http://uawsi.com/24/241191.html>
7. Mikulonok I. O. Intelektualna vlasnist : navch. posib. / I. O. Mikulonok. – 3-ye vyd., pererobl. i dopov. – K. : NTUU «KPI», 2012. – 238 s.
8. Patentnyi poshuk yak vazhlyva skladova formuvannya innovatsiinoi polityky. URL: <https://lektsii.org/14-34439.html>
9. Orhanizatsiia peredachi danykh v informatsiinykh systemakh. URL: <http://ni.biz.ua/6-4/23429.html>
10. Upravlinnia innovatsiinoiu dialnistiu v ekonomitsi Ukrainy : kolekt. nauk. monohrafiia / red. S.A. Yerokhina. – Kyiv, 2008. – 116 s.

Рецензія/Peer review : 07.05.2018
Надрукована/Printed : 04.06.2018
Рецензент: д. е. н., проф. Гончар О. І.

УДК 338.1

ТЕРТИЧНИЙ Я. С.

Донецький національний університет імені Василя Стуса

СУТНІСТЬ ТА ПРИРОДА ЕЛЕКТРОННОЇ КОМЕРЦІЇ

Статтю присвячено дослідженню сутності та природи електронної комерції. Досліджено основні існуючі підходи у вітчизняній та зарубіжних наукових школах, законодавстві та термінології міжнародних організацій до визначення поняття «електронна комерція». Автором запропоновано власне визначення даної дефініції. Визначено, що загалом визнаними є такі типи цифрових зв'язків в електронній комерції, як «бізнес для бізнесу», «бізнес для споживачів», «споживачі для споживачів» та «бізнес для держави». Зазначено, що процес електронної комерції можна розділити на чотири етапи: збір інформації, узгодження, транзакція та доставка, на кожному з яких існують як потенційні можливості, так і потенційні виклики, для учасників транзакцій. Автором доведено, що до обмежень, які стримують дифузію електронної комерції, перш за все, слід віднести недосконалу правову та регуляторну систему, нерозвиненість інфраструктури, брак прозорості якості продукції, процесу транзакції та ціноутворення, брак компетентностей та навичок потенційних учасників, ризик захисту та несанкціонованого використання персональних даних.

Ключові слова: електронна комерція, інноваційно-комунікаційні технології, етапи процесу електронної комерції, потенційні можливості та ризики електронної комерції, бар'єри для дифузії електронної комерції.

TERTYCHNYI YA.

Vasyl' Stus Donetsk National University

ESSENCE AND NATURE OF THE ELECTRONIC COMMERCE

The article is devoted to the study of the essence and nature of e-commerce. The main existing approaches in domestic and foreign scientific schools, legislation and terminology of international organizations to the definition of "electronic commerce" are explored. The author proposes an own definition of this category. The following types of digital communications in e-commerce are identified as "business for business", "business for consumers", "consumers for consumers" and "business for the state". It is noted that the e-commerce process can be divided into four stages: information gathering, negotiation, transaction and delivery, each of which has both potential opportunities and potential challenges for transaction participants. The author concludes that the imperfect legal system of e-commerce, lack of product quality transparency, transaction process and pricing, lack of competencies and skills of potential participants, the risk of protection and unauthorized use of personal data should be attributed to the constraints are hamper the diffusion of e-commerce.

Key words: e-commerce, innovation-communication technologies, stages of the e-commerce process, potential opportunities and risks of e-commerce, barriers to the diffusion of e-commerce.

Цифрова економіка створює нові продукти, формує нові потреби, а швидкість і обсяг отримання інформації збільшуються з кожним днем. Всі ці процеси відкривають значні можливості для створення і розвитку бізнесу, заснованого на нових технологічних рішеннях або бізнес-моделях, які не застосовувалися раніше. На сучасному етапі розвитку світової економіки все більше уваги приділяється цифровим технологіям та електронній комерції.

Дослідження основних драйверів та напрямів розвитку цифрової економіки і електронної комерції розкриті в наукових працях таких зарубіжних дослідників, як Б. Ребейн, І. Агву, Н. Кшетрі, М. Оча, Р. Стокдале, С. Стендінг, М. Кардона, Т. Кретцмер, Т. Стобель та інших.

В той же час, у зв'язку з високим темпом трансформаційних процесів, властивих сьогоднішньому світу, багато аспектів впливу електронної комерції на міжнародні економічні відносини залишаються не вивченими, в тому числі досі не існує усталеного визначення даного явища сьогодення.

У зв'язку із вище зазначеним, метою даної статті є дослідження існуючих підходів до визначення сутності та природи «електронної комерції», узагальнення її основних форм та наслідків для її учасників.

Можливість, яку надали інформаційно-комунікаційні технології (ІКТ) підприємствам, купувати та продавати свою продукцію за допомогою цифрових мереж стала однією з пріоритетів розвитку міжнародної спільноти з кінця 1990-х років [1]. У 1999 році ЮНКТАД підкреслила, що "електронна комерція має потенціал бути головним двигуном для торгівлі та розвитку в глобальному масштабі" [2]. Ця тема була висвітлена в підсумкових документах Всесвітньої зустрічі на вищому рівні з питань інформаційного суспільства (WSIS), що відбулися в 2003 та 2005 роках. Десять років після прийняття Туніського порядку денного для інформаційного суспільства [3] дане питання залишається в міжнародному порядку денному. Продуктивне використання ІКТ підкреслюється в проектах цілей сталого розвитку, зокрема у зв'язку з розширенням можливостей жінок, інфраструктури та сприятливих технологій [1]

Електронна комерція є складовою частиною цифрової економіки. На даний момент вона також є і самою розвинутою і втіленою у життя сферою цифрової економіки. Для того, щоб дослідити економічний та соціальний вплив електронної комерції, перш за все, потрібно дати визначення електронній комерції. Різні джерела по різному визначають електронну комерцію. В більш вузькому розумінні електронна комерція (e-commerce) – це торгівля через Інтернет. В широкому розумінні це ведення бізнесу в глобальних мережах [6].

В звіті ОЕСР [7] пропонується наступне визначення електронної комерції – це «продаж або покупка товарів або послуг, що здійснюються через комп'ютерні мережі методами, спеціально розробленими для одержання або розміщення замовлень. Товари або послуги замовляються за такими методами, однак оплата та остаточна доставка товарів чи послуг не повинні здійснюватися в Інтернеті. Трансакція електронної комерції може бути між підприємствами, домогосподарствами, окремими особами, урядами та іншими державними чи приватними організаціями. Головне – це замовлення, здійснені через Інтернет, екстранет або електронний обмін даними. Тип визначається методом розміщення замовлення. Для виключення це замовлення, здійснені за допомогою телефонних дзвінків, факсимільних або вручну електронної пошти» [7].

Електронна комерція (E-commerce) – це сфера цифрової економіки, що включає всі фінансові та торгові трансакції, що проводяться за допомогою комп'ютерних мереж, та бізнес-процеси, пов'язані з проведенням цих трансакцій [6].

Узагальнення існуючих підходів до визначення дефініції «Електронна комерція» представлено в таблиці 1.

До електронної комерції відносять електронний обмін інформацією (Electronic Data Interchange, EDI), електронний рух капіталу (Electronic Funds Transfer, EFS), електронну торгівлю (E-Trade), електронні гроші (E-Cash), електронний маркетинг (E-Marketing), електронний банкінг (E-Banking), електронні страхові послуги (E-Insurance) тощо [6].

Таблиця 1

**Систематизація підходів до визначення сутності поняття «Електронна комерція»
(розроблено автором на основі [6–11])**

Автори	Визначення	Сутність підходу до визначення
ЮНКТАД [1]	Електронна комерція – сфери торгівлі, що проводяться через комп'ютерні мережі, використовуючи різні формати та пристрої, включаючи веб- та електронний обмін даними, використання персональних комп'ютерів, ноутбуків, планшетів та мобільних телефонів різного рівня витонченості. Електронна комерція може включати фізичні товари, а також нематеріальні (цифрові) продукти та послуги, які можна доставити в цифрову форму.	За типами застосування інструментів та способів торгівлі
Мельник О.В. ЕЛЕКТРОННА КОМЕРЦІЯ ЯК СКЛАДОВА ЧАСТИНА ЕЛЕКТРОН-НОГО БІЗНЕСУ [6]	Електронна комерція є складовою частиною цифрової економіки, втіленою у життя сферою цифрової економіки. В більш вузькому розумінні електронна комерція (e-commerce) – це торгівля через Інтернет. В широкому розумінні це ведення бізнесу в глобальних мережах. Це сфера цифрової економіки, що включає всі фінансові та торгові трансакції, що проводяться за допомогою комп'ютерних мереж, та бізнес-процеси, пов'язані з проведенням цих трансакцій	За сферою здійснення трансакцій
ОЕСР [7]	Продаж або покупка товарів або послуг, що здійснюються через комп'ютерні мережі методами, спеціально розробленими для одержання або розміщення замовлень. Головне – це замовлення, здійснені через Інтернет, екстранет або електронний обмін даними.	Технологічний підхід
Закон України «Про електронну комерцію» від 03.09.2015 № 675-19 [8]	Електронна комерція – відносини, спрямовані на отримання прибутку, що виникають під час вчинення правочинів щодо набуття, зміни або припинення цивільних прав та обов'язків, здійснені дистанційно з використанням інформаційно-телекомунікаційних систем, внаслідок чого у учасників таких відносин виникають права та обов'язки майнового характеру. Електронна торгівля – господарська діяльність у сфері електронної купівлі-продажу, реалізації товарів дистанційним способом покупцю шляхом вчинення електронних правочинів із використанням інформаційно-телекомунікаційних систем.	Правовий підхід
Малініна Н.М. ОПОДАТКУ-ВАННЯ ЕЛЕКТРОН-НОГО БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ: СУЧАСНІ РЕАЛІЇ ТА ПЕРСПЕКТИВИ [9]	Електронна комерція є специфічним видом економічної діяльності, а не відносинами, в результаті здійснення якої суб'єкт господарювання отримує певний фінансовий результат (дохід, прибуток, збиток).	Регуляторний підхід з точки зору фіскальних цілей
А. Саммер, Гр. Дунган [10]	Електронна комерція – це будь-яка форма бізнес-процесу, в якому взаємодія між суб'єктами відбувається електронним шляхом з використанням Інтернет-технологій. Електронна торгівля – процес купівлі продажу товарів чи послуг, за якого весь цикл комерційної трансакції чи його частина здійснюється електронним шляхом.	За способом здійснення взаємодії між суб'єктами
Л. Новомлинський [11]	Електронна комерція являє собою будь-який процес, який ділова організація здійснює посередництвом мережі зв'язаних між собою комп'ютерів. Електронна торгівля – комерційна діяльність у сфері реклами та поширення товарів і послуг шляхом використання мережі Інтернет.	Технологічний підхід з обмеженою сферою реалізації

На наш погляд, в ході визначенні поняття «електронна комерція» не є доцільним звужувати її природу лише до здійснення трансакцій у торговельній, фінансовій або рекламній сферах бізнесу із застосуванням інформаційно-комунікаційних технологій. Процес прискореної дифузії цифрових технологій швидко розширює можливості застосування ІКТ у будь-якій сфері торговельно-підприємницької діяльності, спрямованої на отримання прибутків.

Таким чином, під електронною комерцією пропонуємо розуміти будь-який вид торговельно-підприємницької, торговельної, комерційно-посередницької діяльності, участі у торгівлі, продажу товарів, нерухомості, цінних паперів, наданні послуг з метою одержання прибутків, який здійснюється дистанційним способом із використанням інформаційно-телекомунікаційних систем.

Електронна комерція пропонує потенційну вигоду у формі поглибленої участі в міжнародних цільових ланцюжках, збільшення доступу до ринків та покращення внутрішньої та ринкової ефективності, а також зниження трансакційних витрат. Проте поширення електронної комерції протягом тривалого часу обмежувалося переважно великими підприємствами в розвинених країнах [4]. Бар'єри для електронної комерції були класифіковані як економічні, соціально-політичні та пізнавальні. Економічні перешкоди стосуються, наприклад, недостатньої інфраструктури та використання ІКТ, ненадійного та дорогого енергопостачання, обмеженого використання кредитних карток, відсутності купівельної спроможності та слабо розвинених фінансових систем. Соціально політичні бар'єри можуть включати в себе слабку правову та регуляторну базу, яка обмежує ступінь, якою люди довіряють трансакції в Інтернеті, культурні переваги для особистої взаємодії та опори на грошові кошти у суспільстві. Пізнавальні перешкоди, нарешті, стосуються поганої грамотності в сфері ІКТ, обізнаності та знань, пов'язаних з електронною комерцією серед споживачів та підприємств. Такі бар'єри погіршують здатність країни брати участь на рівних умовах у міжнародній електронній комерції.

Зміни в ландшафті ІКТ розширили можливості для бізнесу в країнах, що розвиваються. У вересні 2014 р. початкове публічне розміщення на Нью-Йоркській фондовій біржі Alibaba Group китайського підприємства електронної комерції було найбільшим у світі, що становило 25 мільярдів доларів. Раніше в тому ж році африканський Інтернет-магазин Jumia, який є частиною African Internet Group оголосив, що він розширюється в Камеруні, Гані та Уганді, доповнюючи існуючі операції в Кот-д'Івуарі, Єгипті, Кенії, Марокко та Нігерії. Ці дії Алібаба і Джумейка є прикладом зростаючої важливості країни, що розвиваються у світі, що трансформує електронну комерцію. Дійсно, найшвидше зростання електронної комерції зараз спостерігається в Азії та Африці [1].

Незважаючи на те, що більшість мікро- та малих підприємств у країнах, що розвиваються, ще не почали купувати чи продавати продукцію в Інтернеті, останніми роками їх шанси скористатися вигодами від електронної комерції розширилися:

- Ситуація з підключенням до Інтернету значно покращилася, особливо завдяки широкому поширенню мобільних телефонів та соціальних мереж, що дозволило багатьом людям та підприємствам мати доступ до Інтернету. Аналогічним чином важливим є зростаючий рівень використання Інтернету, який став можливим шляхом розгортання міжнародних та національних волоконно-оптичних мереж. Тим часом нові платіжні рішення забезпечують широкий вибір як для підприємств, так і для споживачів для ведення операцій он-лайн.

- Нові додатки, платформи та сервіси роблять електронну комерцію більш доступною і простішою для навігації, тим самим знижуючи бар'єри для входу. Нові цифрові продукти (такі як мобільні додатки та ігри) та віддалені послуги (наприклад, "мікрокредитування") також відкрили нові галузі зростання для країн, що розвиваються.

- Місцеві компанії – іноді за підтримки іноземних інвесторів – забезпечують швидке виявлення рішень електронної комерції в країнах, що розвиваються, з пропозиціями, які відповідають потребам та потребам місцевих користувачів.

- Спостерігається зростаюча готовність серед підприємств та споживачів вести бізнес в Інтернеті, а також більше усвідомлення урядами та законодавцями необхідності відповідного законодавства та регулювання для підвищення довіри до електронної комерції.

ЮНКТАД визначає різні типи цифрових зв'язків між урядами, підприємствами, приватними особами / споживачами та іншими державними та приватними організаціями [1]:

B2B: рахунки для основної електронної комерції, що передбачає операції між підприємствами, наприклад, між виробником і оптовим покупцем або між оптовиком покупцем і продавцем. Деякі дослідження показують, що B2B пропонує більше потенційних переваг для малих підприємств, ніж інші форми електронної комерції [5, 12]. З точки зору невеликого підприємства, участь у електронній комерції B2B може бути вимогою для участі у національних або глобальних цільових ланцюжках. Існують різні спеціалізовані платформи B2B, які зазвичай обслуговують певні галузі та цінні ланцюжки.

B2C включає в себе продажі підприємствами сфери електронної комерції споживачам як шляхом традиційних роздрібних продажів, так і через виробничі фірми, які використовують додатковий онлайн-канал збуту. Продаж безпосередньо споживачам через мережі ІКТ може допомогти мікро- та малим підприємствам вийти на нові ринки, як на внутрішньому, так і на міжнародному рівні. Існує широкий спектр

каналів для охоплення споживачів, включаючи соціальні мережі, мобільні телефони, спеціалізовані веб-сайти для електронної комерції, мобільні додатки тощо.

C2C можна розглядати як модемну версію використання секції секретної реклами у місцевій газеті або на аукціоні. Він охоплює онлайніві аукціонні платформи (такі як eBay або Taobao) та продажі в онлайн-спільнотах. Платформи C2C надають можливість неформальним підприємствам займатися електронною комерцією.

• B2G – ці операції подібні до B2B, за винятком того, що в цьому випадку покупцем є державний орган, наприклад, у випадку державних електронних закупівель.

Перехід до електронної комерції вже перетворює поведінку бізнесу та споживачів. Роль програм і послуг у галузі ІКТ розширюється по всьому цільовому ланцюгу електронної комерції. Процес електронної комерції можна розділити на чотири етапи (рис. 1): збір інформації, узгодження, транзакція та доставка. Ці стадії однаково стосуються електронної комерції B2C та B2B. На кожному етапі існують потенційні наслідки для споживачів, підприємств та інших організацій, а також урядів.

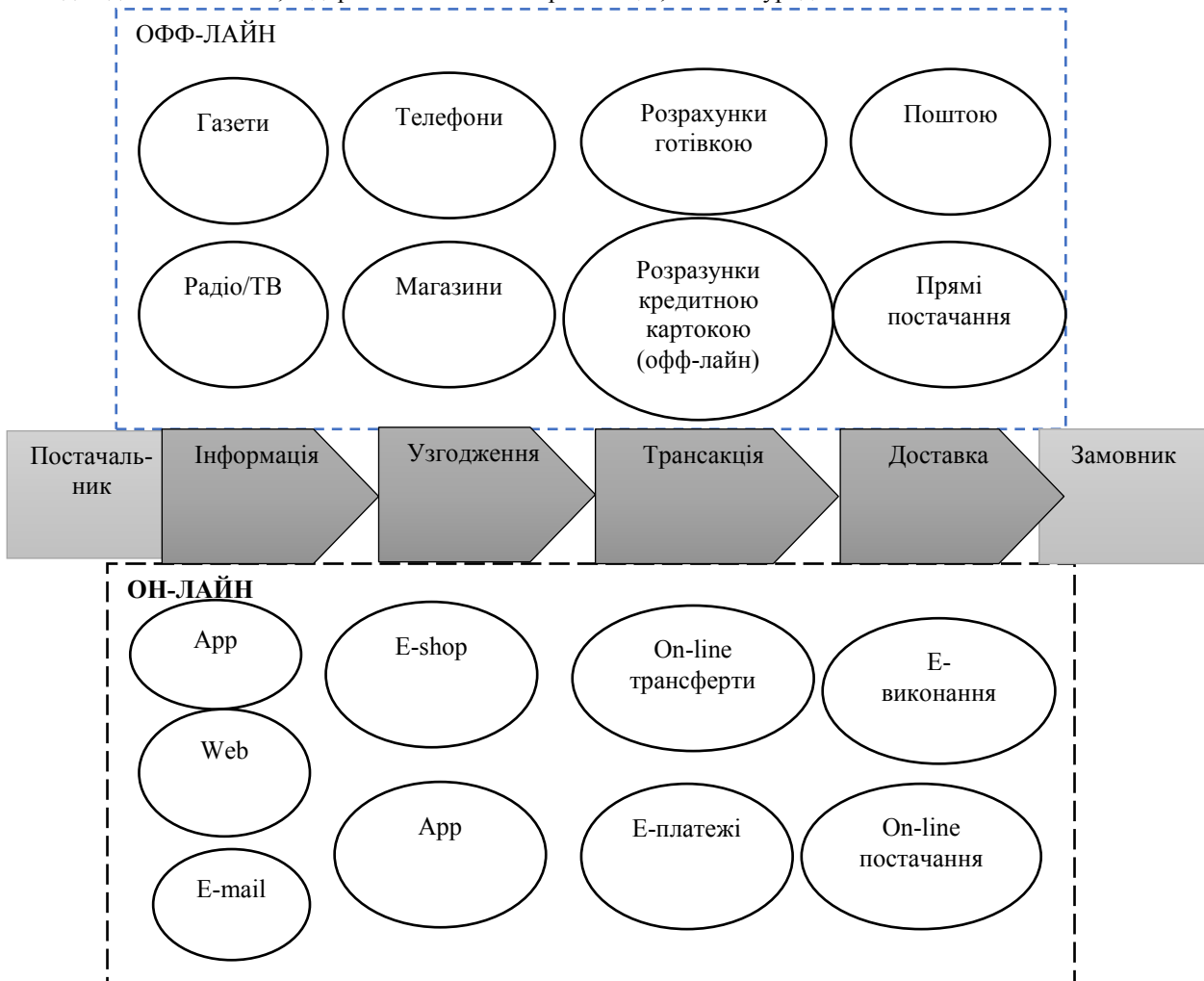


Рис. 1. Роль ІСТ в ланцюгу створення транзакційної вартості електронної комерції [1]

На першому етапі Інтернет-перегляди, запити електронної пошти та різноманітні соціальні мережі допомагають споживачам порівнювати ціни та характеристики продуктів, а не покладатися на традиційні інформаційні джерела, зокрема відвідування певних фізичних торгових точок. Покупці відвідують веб-сайти з відгуками, що проводяться іншими споживачами, і роблять покупки в зручні для них часи, а не тільки в офіційні години роботи традиційних суб'єктів торгівлі. Крім того, споживчий вибір розширюється, оскільки продукти з далеких країн можуть бути легко знайдені, замовлені та доставлені на великі відстані. Закупівлі з Інтернету в країнах "Великої двадцятки" оцінювалися в 2012 році в середньому до \$ 1430 на людину, або близько 4,4 відсотка від валового внутрішнього продукту (ВВП). У дослідженні електронної комерції в Європейському Союзі було встановлено, що покращений вибір з покупки в Інтернеті, а не офлайніві мережі, був більш важливим фактором збільшення добробуту споживачів, ніж зниження цін [13].

На другому та третьому етапах онлайніві програми та платіжні рішення представляють альтернативні рішення для відвідування магазину або здійснення телефонного дзвінка, використовуючи готівку або сплачуючи кредитною картокою в магазині. Нарешті, деякі продукти можуть бути доставлені в цифровій формі (наприклад, завантаження електронної книги) на відміну від фізичного (доставка книги).

Багато споживачів та підприємств, як і раніше, неохоче змінювали свою поведінку та починали робити покупки в Інтернеті, незважаючи на переваги. Це може бути пов'язано з побоюваннями про те, що платежі будуть втрачені, що персональні дані, що надаються в Інтернеті, будуть скомпрометовані або поширені без їхньої згоди, що придбані товари або послуги не відповідають очікуваній якості, і що це буде складно повернути, якщо це буде бажано. Інші бар'єри для придбання в Інтернеті можуть включати неадекватну або дорогую інфраструктуру та послуги ІКТ, погану логістику та транспортні послуги або перевагу серед споживачів до дотику та відчуття продуктів до прийняття рішення про покупку [14, 15, 16].

Для підприємств електронна комерція пропонує як можливості, так і ризики. Нові додатки та послуги ІКТ допомагають зменшити різні витрати для постачальників. Використання онлайн-ових і мобільних каналів може дозволити продавцеві більш цілеспрямованим чином, а іноді і за меншої вартості, ніж через традиційні канали, охопити більше потенційних споживачів (як споживачів, так і підприємств) на внутрішньому та зовнішньому ринках. Тим часом постачальники, які покладаються більше (або повністю) на електронну комерцію, можуть зменшити інвестиції в фізичну інфраструктуру (наприклад, будівлі) у дорогих місцях. І, нарешті, можуть існувати способи знизити вартість доставки (особливо для цифрових продуктів) та використовувати інноваційні способи доставки фізичних продуктів через спеціальні послуги електронного виконання [18].

В самому секторі електронної комерції підприємці та підприємства в країнах, що розвиваються, відкривають нові можливості для бізнесу. Останні приклади включають в себе впровадження платіжних рішень (наприклад, Alipay в Китаї або JambaPay в Кенії), платформи електронної комерції (наприклад, MercadoLibre в Латинській Америці та Zoom Tanzania) та інноваційні логістики, такі як послуги доставки мотоциклів компанії Giao Hang Nhanh у В'єтнамі.

У той же час, більшість мікро та малих підприємств у країнах, що розвиваються, як і раніше не знають про можливості, що надаються електронною комерцією [18, 19, 20]. Вони часто не мають можливостей отримання вигоди з них [21, 22, 23]. Окрім навичок ІКТ, існує потреба у внутрішній організаційній спроможності обробляти замовлення, контролювати якість та отримувати платежі. Встановлено, що такі фактори, як погана якість основної інфраструктури ІКТ, високі витрати на коригування, невизначеність щодо електронної комерції та обмежена сприйнята стратегічна цінність для фірми, ускладнюють інтерес компаній до участі в електронній комерції [24–26].

Тим часом, перехід до електронної комерції є потенційною загрозою для деяких підприємств. З входом конкурентів, які пропонують нові функції продукту та обслуговування клієнтів, електронна комерція переосмислює ринок. Наприклад, традиційні магазини повинні адаптуватися до підвищення прозорості цін та конкуренції шляхом створення нових онлайн-каналів продажів, інвестування в нове обладнання та послуги, створення додаткових навичок та перегляду їх бізнес-стратегій. Цей перехід нелегкий, і навіть провідні роздрібні торговці борються з ним.

З точки зору урядів, електронна комерція може принести переваги, а також виклики. Це може стимулювати створення нових робочих місць у секторі ІСТ, пов'язаних з розробкою програмного забезпечення, консультаційними послугами з інформаційних технологій (ІТ), веб-хостингу та, звичайно ж, на підприємствах, які стають більш успішними завдяки розширенню онлайн-продажів. Це може допомогти збільшити експорт, коли вітчизняні підприємства прагнуть виходити на зовнішні ринки з метою з'єднання з міжнародними ланцюгами постачання, та додавати конкурентний тиск в економіці.

З іншого боку, існує ризик того, що конкурентоспроможні закордонні конкуренти перевершать місцеві фірми, отримуючи більшу частку ринку від електронної комерції порівняно з місцевими фірмами. Уряди також можуть бути стурбовані ерозією податків та трансфертними цінами [27]. Більша залежність від продажів у мережі також пов'язана з розповсюдженням шахрайських дій та різноманітних кіберзлочинів. Крім того, незаконні дії та незаконні товари збільшують навантаження на митниці, що призводить до впровадження нових практик щодо збільшення виявлення та конфіскації. Крім економічної сфери, електронна комерція викликала занепокоєння, пов'язані із охороною здоров'я, безпекою та культурними аспектами. Наприклад, якщо Інтернет-аптеки можуть допомогти поліпшити доступ до ліків, існують сумніви щодо прозорості, шахрайства, якості продукції та навіть її життєздатності як етичної бізнес-моделі.

Огляд емпіричної літератури з ІКТ та продуктивності фірм свідчить про чіткий позитивний ефект, який, можливо, збільшиться з часом, але з застереженням, що ІКТ повинні бути добре вбудовані в бізнес, щоб забезпечити ефекти [28]. Наприклад, це може означати додаткові інвестиції в навички та зміни в організаційній структурі. Дослідження, проведені в Європі вказують на те, що може існувати певний поріг, а також обмеження щодо перспектив використання ІКТ у фірмах. Наприклад, зв'язок між працівниками, що працюють у широкосмуговому режимі, та продуктивністю фірми, як правило, слабшає, коли інтенсивність використання наближається до насиченості, але залишається сильною для компаній з менш інтенсивним використанням ІКТ [29].

Література з питань електронної торгівлі підкреслює, що ІКТ сприяють міжнародній торгівлі [30, 31, 32]. Використовуючи веб-сайти для маркетингу та електронних каналів продажів, фірми можуть продавати на ринках, які інакше недоступні через, наприклад, дистанцію або політичні системи. Знижуючи бар'єри у торгівлі, Інтернет полегшує міжнародну електронну комерцію. Більшість короткострокових

надбань очікується в розвинених країнах, але з дифузією до країн, що розвиваються, у довгостроковій перспективі. Порівняння між торгівлею в режимі онлайн і в автономному режимі показали, що ефект відстані значно менший у випадку електронної комерції завдяки зниженню інформаційних витрат та більшій довірі [33].

Опитування підприємств Республіки Корея з 10 і більше працівниками та досвідом продажу товарів або послуг в Інтернеті показало, що найважливішим ефектом електронної комерції є скорочення часу трансакції та пришвидшення бізнес-процесів, зниження трансакційних витрат та отримання можливості досягнення нових замовників [34]. Також було визнано, що залучення до електронного бізнесу та онлайн-продажів збільшує цінність роздрібних фірм [1]. Наявність онлайн-каналу дозволило значно поліпшити продажі, вартість, інвентаризацію та рентабельність інвестицій.

Таким чином, проведений аналіз сутності та природи електронної комерції дає можливість зробити наступні висновки:

- електронна комерція є складовою частиною цифрової економіки, способом її практичної реалізації, що на сьогодні найбільш динамічно розвивається. За своєю природою електронна торгівля є продуктом сучасного розвитку Інтернет-технологій;

- під електронною комерцією слід розуміти будь-який вид торгівельно-підприємницької, торговельної, комерційно-посередницької діяльності, участі у торгівлі, продажу товарів, нерухомості, цінних паперів, наданні послуг з метою одержання прибутків, який здійснюється дистанційним способом із використанням інформаційно-телекомунікаційних систем;

- загально визнаними є такі типи цифрових зв'язків в електронній комерції, як B2B – рахунки для основної електронної комерції, що передбачають операції між підприємствами; B2C – продажі підприємствами сфери електронної комерції споживачам як шляхом традиційних роздрібних продажів, так і через виробничі фірми, які використовують додаковий онлайн-канал збуту; C2C – модерна версія використання секції секретної реклами; B2G – операції, в яких покупцем є державний орган;

- процес електронної комерції можна розділити на чотири етапи: збір інформації, узгодження, трансакція та доставка, на кожному з яких існують, як потенційні можливості, так і потенційні виклики, для учасників трансакції: стимулювання створення нових робочих місць у секторі ICT, зниження міжнародних торгівельних бар'єрів, зростання експортних можливостей, зростання продуктивності бізнесу, розширення можливостей для інклюзивного розвитку територій, які знаходяться на відстані від центрів ділової активності, людей з обмеженими можливостями та малих фірм з обмеженими фінансовими ресурсами, загострення конкуренції на вітчизняному ринку, скорочення часу та витрат на трансакції та пришвидшення бізнес-процесів;

- до обмежень, які стримують дифузії електронної комерції, перш за все, слід віднести недосконалу правову та регуляторну систему, нерозвиненість інфраструктури, брак прозорості якості продукції, процесу трансакції та ціноутворення, брак компетентностей та навичок потенційних учасників, ризик несанкціонованого використання персональних даних. Дані аспекти, виклики та ризики електронної комерції потребують більш детальних подальших досліджень.

Література

1. Information Economy Report, 2015. UNCTAD. United Nations Publications, 2015.
2. World Investment Report 1999: Foreign Direct Investment and the Challenge of Development. United Nations United Nations New York and Geneva, 1999.
3. TUNIS COMMITMENT. URL: www.itu.int/net/wsis/documents/doc_multi.asp?lang=en&id=2266|0
4. Information Economy Report 2010: ITCs, Enterprises and Poverty Alleviation – UNCTAD. United Nations Publications. – New York – Geneva – 2010.
5. Kshetri N. Barriers to e-commerce and competitive business models in developing counties: a case study. *Electronic commerce research and applications*. 2007 – 6(4): 443–452.
6. Мельник О.В. Електронна комерція як складова частина електронного бізнесу. Рубрика: Сучасні інформаційні технології [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://intkonf.org/melnik-ov-elektronna-komertsiya-yak-skladova-chastina-elektronnogo-biznesu/>
7. OECD Guide to Measuring the Information Society 2011, OECD, Paris
8. Про електронну комерцію : закон України від 03.09.2015 № 675-19 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/675-19>.
9. Малініна Н.М. Оподаткування електронного бізнесу в Україні: сучасні реалії та перспективи [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://scholar.google.com.ua/citations?user=ykG1LpAAAAAJ&hl=ru>
10. Summer A., Dunkan Gr. *E-Commerce* // NYH Publishing. – 1999. – 263 p.
11. Білявська Ю.В. Регулювання електронної комерції в Україні / Ю.В. Білявська // Молодий вчений. – 2016. – № 10 (37).
12. Rehbain B. (2013). *Rural livelihoods and e-commerce: A case study of artisans in Guerrero, Mexico*, Mater's thesis. Saint Mary's University. Halifax, Nova Scotia.

13. Consumer market study on the functioning of e-commerce and Internet marketing and selling techniques in the retail of goods. Civic Consulting, Berlin. 2011.
14. Agwu E. Generations X and Y's adoption of Internet and Internet banking in Nigeria: a qualitative study. *International Journal of Online Marketing*. 2012. 2(4): 68–82.
15. Ocha M.L. Factors that influence adoption and frequency of use of e-commerce by micro and small enterprises in Kisumu, Kenya. MBA Research Project. University of Nairobi. 2011.
16. E-commerce and delivery: A study of the state of play of EU parcel markets with particular emphasis on e-commerce. European Commission. Copenhagen Economics. Brussels. 2013.
17. Electronic and mobile commerce. OECD digital economy papers. 2013. 228. OECD. Paris.
18. Stockdale R. and Standing C. A classification model to support SME e-commerce adoption initiatives. *Journal of Small Business and Enterprise Development*. 2006. 3(3): 381–394.
19. Zaied A. N. H., Al-Khairalla F. and Al-Rashed W. Assessing e-readiness in Arab counties: Perceptions towards ICT environment in public organizations in the State of Kuwait. *Electronic Journal of e-Government*. 2007. 5(1): 77–86.
20. Thulani D., Tofara C. and Langton R. Electronic commerce benefits and adoption barriers in small and medium enterprises in Gweru, Zimbabwe, *Journal of International Banking and Commerce*. 2010. 15(1): 1–17.
21. Lawrence J.E. and Tar U.A. Barriers to e-commerce in developing counties. *Information, Society and Justice*. 2010. 3(1): 23–35.
22. Hourali M., Farhian M. Montazeri A. and Hourali M. A model for e-readiness assessment of Iranian small and medium enterprises. *Journal of Faculty of Engineering*. 2008. 41(7): 969–985.
23. Ramsey E., Ebbotson P., Bell J. and Gray B. E-opportunities of service sector SMEs: An Irish cross-border study. *Journal of Small Business and Enterprise Development*. 2003. 10(3): 250–264.
24. Ben Aoun-Peltier L. and Vicente M.R. E-commerce diffusion: Exploring the determinants of the adoption and the extent of usage at firm-level. STATEC working paper. 2012. 57. Luxembourg. 434–445.
25. Höllenstein H. and Woerter M. Inter and intra-firm diffusion of technology: The example of e-commerce: An analysis based on Swiss firm-level data. KOF working paper. 2007. 07–157.
26. Grandon E.E. and Pearson J.M. Electronic commerce adoption: An empirical study of small and medium US business. *Information and Management*. 2004. 42: 197–216.
27. Cockfield A., Hellerstein W., Millar R. and Waerzeggers C. *Taxing Global Digital Commerce*. 2013. the Netherlands.
28. Cardona M., Kretschmer T. and Strobel T. ICT and productivity: Conclusions from the empirical literature. *Information Economics and Policy. ICT and Innovation*. 2013. 25(3): 109–125.
29. Final report. Information society: ICT impacts assessments by linking data from different sources. Eurostat. 2008. Luxembourg.
30. Martens B. What does economic research tell us about cross-border e-commerce in the EU digital single market? JRC-IPTS working paper on the digital economy. 2013-04. Institute of Perspective Technological Studies, Joint Research Center.
31. Morgan-Thomas A. Online activities and export performance of the smaller firm: A capacity perspective. *European Journal of International Management*. 2009. 3(3): 266–285.
32. Fraumeni B.M. E-commerce: Measurement and measurement issues. *American Economic Review*. 2001. 91(2): 318–322.
33. Lendle A., Olarreaga M., Schropp S. and Vezina P.-L. There goes gravity: How eBay reduces trade costs. – SSRN Scholarly Paper #ID 2153544, Social Science Research Network. 2012. Rochester - New York.
34. Republic of Korea, Ministry of Security and Public Administration. *Yearbook of Information Society Statistics*. 2012. Seoul.

References

1. Information Economy Report, 2015. UNCTAD. United Nations Publications, 2015.
2. World Investment Report 1999: Foreign Direct Investment and the Challenge of Development. United Nations United Nations New York and Geneva, 1999.
3. TUNIS COMMITMENT. URL: www.itu.int/net/wsis/documents/doc_multi.asp?lang=en&id=22660
4. Information Economy Report 2010: ITCs, Enterprises and Poverty Alleviation – UNCTAD. United Nations Publications. – New York – Geneva – 2010.
5. Kshetri N. Barriers to e-commerce and competitive business models in developing counties: a case study. *Electronic commerce research and applications*. 2007 – 6(4): 443–452.
6. Melnyk O.V. Elektronna komertsiiia yak skladova chastyna elektronnoho biznesu. Rubryka: Suchasni informatsiini tekhnologii [Elektronnyi resurs]. – Rezhym dostupu : <http://intkonf.org/melnik-ov-elektronna-komertsiya-yak-skladova-chastina-elektronnogo-biznesu/>
7. OECD Guide to Measuring the Information Society 2011, OECD, Paris.
8. Pro elektronnu komertsiiu : zakon Ukrainy vid 03.09.2015 № 675-19 [Elektronnyi resurs]. – Rezhym dostupu : <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/675-19>.
9. Malinina N.M. Opodatkuvannia elektronnoho biznesu v Ukraini: suchasni realii ta perspektyvy [Elektronnyi resurs]. – Rezhym dostupu: <https://scholar.google.com.ua/citations?user=ykGILpAAAAAJ&hl=ru>
10. Summer A., Duncan Gr. E-Commerce // NYH Publishing. – 1999. – 263 p.
11. Білявська Ю.В. Регулювання електронної комерції в Україні / Ю.В. Білявська // Молодий вчений. – 2016. – № 10 (37).
12. Rehain B. (2013). Rural livelihoods and e-commerce: A case study of artisans in Guerrero, Mexico, Mater's thesis. Saint Mary's University. Halifax, Nova Scotia.

13. Consumer market study on the functioning of e-commerce and Internet marketing and selling techniques in the retail of goods. Civic Consulting, Berlin. 2011.
14. Agwu E. Generations X and Y's adoption of Internet and Internet banking in Nigeria: a qualitative study. *International Journal of Online Marketing*. 2012. 2(4): 68–82.
15. Ocha M.L. Factors that influence adoption and frequency of use of e-commerce by micro and small enterprises in Kisumu, Kenya. MBA Research Project. University of Nairobi. 2011.
16. E-commerce and delivery: A study of the state of play of EU parcel markets with particular emphasis on e-commerce. European Commission. Copenhagen Economics. Brussels. 2013.
17. Electronic and mobile commerce. OECD digital economy papers. 2013. 228. OECD. Paris.
18. Stockdale R. and Standing C. A classification model to support SME e-commerce adoption initiatives. *Journal of Small Business and Enterprise Development*. 2006. 3(3): 381–394.
19. Zaied A. N. H., Al-Khairalla F. and Al-Rashed W. Assessing e-readiness in Arab counties: Perceptions towards ICT environment in public organizations in the State of Kuwait. *Electronic Journal of e-Government*. 2007. 5(1): 77–86.
20. Thulani D., Tofara C. and Langton R. Electronic commerce benefits and adoption barriers in small and medium enterprises in Gweru, Zimbabwe, *Journal of International Banking and Commerce*. 2010. 15(1): 1–17.
21. Lawrence J.E. and Tar U.A. Barriers to e-commerce in developing counties. *Information, Society and Justice*. 2010. 3(1): 23–35.
22. Hourali M., Farhian M. Montazeri A. and Hourali M. A model for e-readiness assessment of Iranian small and medium enterprises. *Journal of Faculty of Engineering*. 2008. 41(7): 969–985.
23. Ramsey E., Ebbotson P., Bell J. and Gray B. E-opportunities of service sector SMEs: An Irish cross-border study. *Journal of Small Business and Enterprise Development*. 2003. 10(3): 250–264.
24. Ben Aoun-Peltier L. and Vicente M.R. E-commerce diffusion: Exploring the determinants of the adoption and the extent of usage at firm-level. STATEC working paper. 2012. 57. Luxembourg. 434–445.
25. Höllenstein H. and Woerter M. Inter and intra-firm diffusion of technology: The example of e-commerce: An analysis based on Swiss firm-level data. KOF working paper. 2007. 07–157.
26. Grandon E.E. and Pearson J.M. Electronic commerce adoption: An empirical study of small and medium US business. *Information and Management*. 2004. 42: 197–216.
27. Cockfield A., Hellerstein W., Millar R. and Waerzeggers C. *Taxing Global Digital Commerce*. 2013. the Netherlands.
28. Cardona M., Kretschmer T. and Strobel T. ICT and productivity: Conclusions from the empirical literature. *Information Economics and Policy. ICT and Innovation*. 2013. 25(3): 109–125.
29. Final report. Information society: ICT impacts assessments by linking data from different sources. Eurostat. 2008. Luxembourg.
30. Martens B. What does economic research tell us about cross-border e-commerce in the EU digital single market? JRC-IPTS working paper on the digital economy. 2013-04. Institute of Perspective Technological Studies, Joint Research Center.
31. Morgan-Thomas A. Online activities and export performance of the smaller firm: A capacity perspective. *European Journal of International Management*. 2009. 3(3): 266–285.
32. Fraumeni B.M. E-commerce: Measurement and measurement issues. *American Economic Review*. 2001. 91(2): 318–322.
33. Lendle A., Olarreaga M., Schropp S. and Vezina P.-L. There goes gravity: How eBay reduces trade costs. – SSRN Scholarly Paper #ID 2153544, Social Science Research Network. 2012. Rochester - New York.
34. Republic of Korea, Ministry of Security and Public Administration. *Yearbook of Information Society Statistics*. 2012. Seoul.

Рецензія/Peer review : 14.05.2018

Надрукована/Printed : 06.06.2018

Рецензент: прорецензовано редакційною колегією

УДК 330

ЮРКІВСЬКИЙ О. Й.,
ТРАВІН В. В.

Житомирський державний технологічний університет

**НЕПРЯМЕ ОПОДАТКУВАННЯ В ФОРМУВАННІ ІНСТИТУЦІЇ ПОДАТКОВОЇ
ДОВІРИ: ПОЛІТЕКОНОМІЧНИЙ АСПЕКТ**

В період формування податкової довіри як неформальної інституції важлива роль відводиться непрямим податкам, зокрема ПДВ, який потребує змін економічної філософії, поєднання не лише фіскальної, а й перерозподільчої функцій шляхом диференціації та прогресивних ставок.

Ключові слова: бюджетно-податкова політика, податкова довіра, формальні та неформальні інституції, ставки ПДВ, прогресивне оподаткування ПДВ, диференціація ПДВ.

YURKIVSKY O.,
TRAVIN V.

Zhytomyr State Technological University

**INDIRECT TAXATION IN FORMATION OF TAX CONFIDENCE INSTITUTION:
POLYETECOMIC ASPECT**

Institutional theory has expanded the research of such an object as taxes, and allowed to outline formal and informal institutions, the existence of which is the basis of the socio-economic, environmental and security policy of governments. The unjustified conceptual bases of indirect taxation, the lack of effective formal and informal institutions have led to a high level of economic shadowing and formed a strong anti-motivated position among the subjects of the economic system. The use of direct taxes is desirable, since such compulsory payments take into account peculiarities of the payer, but their application in Ukraine is problematic. PIT is a fiscally ineffective tax breakdown for 2014-2018 because of high level of salary shading as the main object of taxation; the migration of economically active population to Europe and part to Russia in 2014-2018; the lack of effective instruments of tax control both on income taxes and most of the resource payments. Indirect taxes severely reduce purchasing power, do not take into account the peculiarities of different groups of the population as a whole, but are an effective operational instrument for tax revenues. Avoiding a buyer from VAT is very problematic both when buying basic goods and long-term goods as a result of the supermarket sales expansion throughout the country. Attempting to reduce the single social contribution to 22% in the struggle to establish tax confidence in the policy of de-shadowing salaries, reducing the deficit of PF did not give the expected effects that. It forced the government to raise the minimum wage from 1600 to 3200 UAH on the migration background. In the period of formation of tax confidence as an: informal institution, the important role is assigned to indirect taxes, in particular VAT, which requires changes in economic philosophy, the combination of not only fiscal but also redistributive functions of this tax by differentiating rates.

Key words: fiscal policy, tax trust, formal and informal institutions, VAT rates, progressive taxation of VAT, differentiation of VAT.

Постановка проблеми. Суспільні відносини є досить динамічними і за останні сто років розвивались під впливом факторів як ендегенного, так і екзогенного характеру, а процеси інтернаціоналізації, глобалізації суттєво впливають не лише на збільшення факторів, але й вимагають зміни парадигми відносин між усіма суб'єктами економічної системи, інституційних складових забезпечення довгострокового розвитку, розширення середнього класу, попередження проблем в майбутньому та зменшення негативних впливів.

Інституціоналізм початку ХХ століття розширив спектр пізнання, сприйняття та дослідження економічних явищ через систему інституцій, серед яких, в подальшому, було визначено неформальні та формальні, зокрема податки або точніше обов'язкові податкові платежі, які прямо та опосередковано поєднують в одну систему специфічних відносин усіх суб'єктів економічної системи.

Активним суб'єктом суспільних взаємовідносин є держава, яка постійно оновлює податковий інструментарій впливу на соціально-економічні, екологічні процеси, намагається встановити певний оптимум економічному кругообігу, забезпечити макроекономічну стабільність, довгострокове зростання.

Податки є ґрунтовно вивченим об'єктом, апробованим в практиці засобом регулювання, однак, при цьому залишаються тягарем для платників на підтримку фіскальної і контрольної функцій. Забезпечення виконання даних функцій поряд з соціальною, екологічною здійснюється насамперед через непрямі податки, як специфічні так і універсальні акцизи, головним чином податок на додану вартість. Проте, це чи не єдиний податок, який зазнав найбільшої кількості змін за роки фіскального використання, є проблематичним як з точки зору адміністрування, так і політекономічних, філософських основ застосування відносно різних суб'єктів економічної системи.

Аналіз останніх джерел. Податкова система знаходиться на етапі формування основних інституцій, що викликає появу проблем як в сфері прямого, так і непрямого оподаткування, приділення уваги їх вирішенню з боку вчених та практиків: В. Геєць, А. Дрига, В. Дмитрів, М. Петренко, І. Лютий, А.

Крисоватий, І. Педь, Ю. Сидорович. Слід відзначити, що автори приділяють увагу податкам не лише з фінансової з точки зору, але і інституціональної теорії, визначають базову роль формальних та неформальних інституцій у формуванні бюджетно-податкової політики для регулювання макроекономічних процесів.

Ціль статті. Охарактеризувати сучасний стан оподаткування з позицій інституціоналізму з визначенням інструментів непрямого оподаткування в створенні та удосконаленні такої неформальної інституції, як податкова довіра.

Виклад основного матеріалу. Непрямі податки для більшості економік країн світу стали базовими в застосуванні бюджетно-податкової політики, особливо в час переходу до економіки споживання середини ХХ століття, адже мають набір переваг, які забезпечують фіскальну ефективність універсальних та специфічних акцизів [4, с. 31].

Національна податкова практика та податкова філософія, внаслідок історичних передумов, не накопичила необхідного досвіду формування, створення ефективних формальних та неформальних інституцій, які б потенційно могли забезпечити максимальні податкові надходження, формування довіри та зменшення податкової невизначеності.

Філософія оподаткування складна, адже зачіпає і психологічні основи, неформальну інституцію довіри у взаємовідносинах між державою та платником, яка формуються тривалий час, є основою системи правил гри в сфері податків та державних видатків. Ставки, пільги, адміністрування загалом мають забезпечувати не лише фіскальну функцію, а й соціальну, і даному аспекті А. Крисоватий, О. Сидорчук відзначають взаємозалежність статусу оподаткування від рівня духовності та демократичності суспільства, окремого індивіду [3, с. 42]. Натомість В. Геєць поглиблює дослідження взаємозв'язків держави, суспільства, індивіду до психоемоційного рівня, який частково впливає на відповідний рівень довіри в економічній системі [1, с. 11].

Досвід національної розбудови податкової системи характеризується не лише формуванням вкрай недосконалого механізму такої формальної інституції обов'язкові податкові платежі, але й, найголовніше, відсутність політики формування засадничих основ такої неформальної інституції як податкова довіра, яка є базою мотивації сплати сучасного податку.

Основи національної податкової недовіри формувалися роками, хоча необхідно відмітити, що після розпаду СРСР у домогосподарств і ринкових суб'єктів залишилася культура сплати обов'язкових платежів на основі віри в державу як чесного, об'єктивного гравця економічного кругообігу.

Проте, в слід за руйнуванням довіри до грошово-кредитної системи, почала зникати і довіра до бюджетно-податкової сфери. При цьому, якщо формування довіри грошей завершилося поступовим запровадженням гривні як національної валюти з 1995 року, то руйнування податкової довіри 1992–1994 років продовжувалося і призвело до широкого кола експериментів в податковій сфері, зокрема запровадження податку на прибуток, використання гербового збору, плат за вирощування та збір грибів, ягід, понижуючі коефіцієнти щодо амортизації при обрахунку податку на прибуток, збір з власників собак, проведення кіно- та телезіомок, гастрольний збір і поступового домінування у бюджетно-податковій політиці вже ПДВ та непрямих податків загалом у політиці практично урядів.

Як наслідок – податкова катастрофа 1997-1998 року, основними проявами якої стали:

- високі темпи збільшення кількості суб'єктів господарювання в тіні, які ухилялися від податку на прибуток;

- несплата прибуткового податку, тінізація заробітних плат внаслідок економічно необґрунтованого 32 %, а згодом 37 % збору до пенсійного фонду, в сукупності з трьома іншими соціальними платежами;

- поява та розширення різних схем ухилень починаючи від не оформлення працівників, на половину ставки або виплати виключно мінімальної заробітної плати поряд з грошовими конвертами до виводу доходів в офшорні зони;

- високий тиск фіскальних та інших контролюючих органів на діяльність підприємств різних організаційно-правових форм.

Держава та суб'єкти господарювання та домогосподарства функціонували в двох абсолютно різних просторах, а останні навчилися ухилятися від сплати передусім прямих податків і як наслідок посилення податкового тиску, поява нового терміну "азаровщина".

Вимушеним кроком стало запровадження спрощеної системи оподаткування і поступовий перехід до широкого використання насамперед універсальних та специфічних акцизів, зокрема ПДВ, акцизного збору, які стали основним джерелом покриття бюджетних видатків для виконання державою визначених конституційних норм. Хоча слід відмітити, що ставки єдиного податку в спрощеній системі оподаткування в 6 та 10 % з фіскальної точки зору стали одним з видів універсальних акцизів поряд з податком з обороту та податком з доходу.

Тобто непослідовність та неврахування політекономічної філософії сучасного непрямого та прямого оподаткування практично усіма урядами, за часів незалежності, призвели до фіскальної кризи, втрати довіри між суб'єктами економічного кругообігу. Формальні інституції почали замінюватися неформальними, в більшості корупційними, що призвело до підвищення як загальної, так і вже податкової невизначеності у функціонуванні економічного механізму системи.

В цьому аспекті відзначено, що причина невизначеності криється в суспільних у мовах вибору [2, с. 42], а податкова невизначеність як частина загальної має в основі не лише фіскальну, але й соціальну, яка базується на довірі і широкому наборі відповідних інструментів. Відтак неврахування їх – це тіньова економіка, ухилення, а обов'язкові платежі розглядаються виключно як тягар, що обумовлює пошук універсального ефективного способу боротьби.

ПДВ в Україні почав виступати в певній мірі антитіньовим податком, альтернативою податковій недовірі та невизначеності, адже володіє сукупністю переваг, які за певних умов, забезпечують збільшення податкових надходжень для покриття витрат та дефіциту бюджету [4].

Слід зауважити, що остаточний відхід від політики налагодження податкової довіри стався в 2004 році внаслідок поступового запровадження пропорційної ставки оподаткування доходів фізичних осіб, скасування прогресивної шкали, в порушення діючих принципів оподаткування та європейських тенденцій.

Застосування прямих податків бажане, адже такі обов'язкові платежі враховують особливості платника, але в Україні є проблематичним навіть з низькими ставками, одними з найнижчих в Європі, тобто ПДФО є фіскально неефективним провальним податком 2014–2018 рр. через високий рівень тінізації заробітних плат як головного об'єкта оподаткування; міграцію економічно активного населення до Європи та частково Росії в 2014–2018 рр.; відсутністю дієвих засобів податкового контролю як по податках з доходів, так і більшості ресурсних платежів.

Непрямі ж податки серйозно знижують купівельну спроможність, не враховують особливості різних груп населення загалом, однак є дієвим оперативним інструментом забезпечення податкових надходжень. Ухилитися покупцеві від ПДВ досить проблематично як при купівлі товарів першої необхідності, так і товарів довгострокового користування внаслідок розширення обсягів продажів насамперед через мережі супермаркетів по усій території країни.

Намагання зменшити єдиний соціальний внесок до 22 % в боротьбі за встановлення податкової довіри у політиці детінізації заробітних плат, зменшення дефіциту ПФ не дали очікуваних ефектів, що на тлі міграційних процесів змусило уряд підняти мінімальну заробітну плату з 1600 до 3200 грн.

Таблиця 1

Ставки ПДВ у країнах Європи, 2018 %

Країна	Ставки податку на додану вартість	
	Стандартна	Знижена
Австрія	20%	12% або 10%
Бельгія	21%	12% або 6%
Болгарія	20%	7%
Велика Британія	17,5%	5% або 0%
Угорщина	20%	0%
Данія	25%	-
Німеччина	19%	7%
Греція	23%	13% або 6,5% (знижений на 30% до 13%, 6% і 3% на островах)
Ірландія	21%	13,5%, 4,8% або 0%
Іспанія	18%	8% або 4%
Італія	20%	10%, 6%, або 4%
Кіпр	15%	5%
Латвія	22%	12%
Литва	21%	9% або 5%
Люксембург	15%	12%, 9%, 6%, або 3%
Мальта	18%	5%
Нідерланди	19%	6%
Польща	23%	8%, 5% або 0%
Португалія	23%	13% або 6%
Румунія	19%	9%
Словаччина	19%	-
Словенія	20%	8,5%
Фінляндія	22%	17% або 8%
Франція	19,6%	5,5% або 2,1%
Швеція	25%	12% або 6%
Чехія	20%	10
Естонія	18%	5

Глибина диференціації по країнах Європи є різною залежно від груп товарів, і це питання залишається дискусійним та визначається окремими країнами з врахуванням внутрішніх особливостей і не зважаючи на поступове зближення податкових систем країн Європи.

З врахуванням сукупності проблем в формуванні податкової довіри та зменшення податково-бюджетної невизначеності пропонуємо використовувати під час диференціації прогресивну шкалу оподаткування ПДВ (див. табл. 2).

Таблиця 2

Запропоновані прогресивні ставки ПДВ

Гранична ціна товару	Пропонована шкала ставок	Сума ПДВ, грн.	Діюча ставка	Сума ПДВ, грн.	Різниця	Відсоток збільшення надходжень
20000	15	3000	20	4000	-1000	
100000	19	19000	20	20000	-1000	
500000	23	115000	20	100000	15000	
1000000	27	270000	20	200000	70000	
Всього		407000		324000	83000	26

Прогресивні ставки перерозподіляють податкове навантаження в бік заможних домогосподарств в період закінчення первісного накопичення, а диференціація ПДВ потенційно може замінити такі прямі податки на надприбутки, в певній мірі на предмети розкоші і одночасно уникнути основної проблеми прямого оподаткування в Україні – ухилення від сплати шляхом приховування об'єкту оподаткування.

Слід відзначити, що зміни ПДВ назріли, але мають бути обґрунтовані і економічно і соціально для уникнення помилок реформування прямого оподаткування 2003-2004 рр. – неврахування серед запропонованих варіантів прогресивних ставок податку на доходи фізичних осіб та заміну діючої шкали на одну пропорційну 13 % з наступним переходом на базову ставку 15%.

В податковій сфері завжди існує варіантність і відносно вітчизняної податкової системи – непрямі податки мають стати інструментом поступового формування податкової довіри, зменшення невизначеності в соціально-економічних перетвореннях, відносин між суб'єктами макроекономічного кругообороту.

Висновки. Податкова довіра є неформальним інститутом, який відіграє значну роль у створенні абсолютно нових відносин в економічній системі між ринком, домогосподарствами і державою. Боротьба з тіньовою економікою останніх 10 років, зміни з метою підвищення фіскальної складової такої формальної інституції як обов'язкові податкові платежі не призвели до очікуваних результатів, навіть при значному зменшенні до 22 % одного з найбільш проблемних обов'язкових платежів прямого характеру – єдиного соціального внеску.

Формування інституції довіри є досить тривалим процесом, а отже прямі податки в перспективі 10 років не можуть забезпечувати бажану сплату до бюджетів усіх рівнів. Відтак непрямі податки, зокрема акцизний збір, мито мають найбільшу фіскальну ефективність, проте саме ПДВ може виконувати і перерозподільчу соціальну функцію шляхом запровадження диференціації та використання прогресивних ставок.

Література

1. Геєць В. Політико-економічні засади дослідження сучасного суспільства / В. Геєць // Економічна теорія. – 2015. – № 3. – С. 5–13.
2. Дементьев В. Сучасна теорія інститутів: ідентифікація предметного поля / В. Дементьев // Економічна теорія. – 2015. – № 1. – С. 26–49.
3. Крисоватий А. Методологічний інструментарій новітньої парадигми оподаткування / А. Крисоватий, О. Сидорович // Економічна теорія. – 2014. – № 4. – С. 36–47
4. Лютий І.О. Податки на споживання в економіці України / І.О. Лютий, А.Б. Дрига, М.О. Петренко. – К. : Вид-во "Знання", 2005. – 335 с.
5. Педь І.В. Податкова система: економіко-правова характеристика податків / І.В. Педь. – К. : Знання, 2007. – 191 с.

References

1. Heiets V. Polityko-ekonomichni zasady doslidzhennia suchasnoho suspilstva / V. Heiets // Ekonomichna teoriia. – 2015. – № 3. – S. 5–13.
2. Dementiev V. Suchasna teoriia instytutiv: identyfikatsiia predmetnoho polia / V. Dementiev // Ekonomichna teoriia. – 2015. – № 1. – S. 26–49.
3. Krysovatyi A. Metodolohichni instrumentarii novitnoi paradyhmy opodatkuвання / A. Krysovatyi, O. Sydorovych // Ekonomichna teoriia. – 2014. – № 4. – S. 36–47
4. Liutyi I.O. Podatky na spozhyvannia v ekonomitsi Ukrainy / I.O. Liutyi, A.B. Dryha, M.O. Petrenko. – K. : Vyd-vo "Znannia", 2005. – 335 s.
5. Ped I.V. Podatkova systema: ekonomiko-pravova kharakterystyka podatkov / I.V. Ped. – K. : Znannia, 2007. – 191 s.

Рецензія/Peer review : 04.05.2018

Надрукована/Printed : 07.06.2018

Рецензент: прорецензовано редакційно колегією

Повні вимоги до оформлення рукопису
<http://vestnik.ho.com.ua/rules/>
За зміст повідомлень редакція відповідальності не несе

Підп. до друку 30.05.2018. Ум. друк. арк. 33,12. Обл.-вид. арк. 31,04
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
